



aftermarket automotivo

full digital

edição 003
abril.26

/aafd

TODAS AS MARCAS, TODOS OS PÚBLICOS, TODOS OS ASSUNTOS

aftermarketautomotivo.com.br
uma nova solução **Nhm Novomeio Hub de Mídia**



Autop of Mind 2026

Conheça as marcas de autopeças e automóveis mais lembradas pelos reparadores independentes nas nove principais capitais brasileiras em mais um estudo exclusivo do After.Lab. Mês que vem é a vez dos proprietários de veículos



AFTERMARKET AUTOMOTIVO
INTELIGÊNCIAS DIGITAIS

Acompanhe os resultados
da primeira edição

[Clique e saiba mais](#)



25
ANOS



Destaque entre reparadores.

**REFERÊNCIA EM
POLIAS, TENSORES
E ROLAMENTOS.**

QUEM CONHECE, COMPRA!



CATÁLOGO
VIRTUAL



 Leve

 Utilitário

 Pesado

 Agrícola

 Moto

TENSORES

POLIAS

POLIAS
RODA LIVRE

DAMPERS

KITS DE
DISTRIBUIÇÃO

ROLAMENTOS

CUBOS DE
RODA

ROLAMENTOS
DE CARDAN

SUPORTES
DE CARDAN

KITS DE
AMORTECEDOR

SUPORTES DO
AMORTECEDOR

SUPORTES DO
CÂMBIO E MOTOR

BUCHAS DE
SUSPENSÃO

ROLAMENTOS
PARA MOTOS

COXINS DA
RELAÇÃO



AMPLO
PORTFÓLIO



GARANTIA
EXPRESSA



ATENDIMENTO
ESPECIALIZADO



PRESENÇA
NACIONAL



RETIRA EM
ATÉ 15 MIN.



25
ANOS

DISPONÍVEL NAS PRINCIPAIS AUTOPEÇAS DO BRASIL



Distribuído com exclusividade pela Cobra Rolamentos e Autopeças.

A inspeção veicular subiu no telhado. De novo

Começamos o texto pelo óbvio: você acreditou mesmo que num ano de eleições gerais seria possível aprovar nas duas casas legislativas e ter sancionado pelo Presidente da República o Projeto de Lei 3507/2025, que previa a instalação da inspeção veicular obrigatória para veículos usados com mais de cinco anos de fabricação? Sigamos no óbvio: após uma combinação de pressão política, rejeição técnica e recuo do próprio autor, o PL teve sua tramitação encerrada na Câmara dos Deputados.

De autoria do deputado Fausto Pinato (PP-SP), a proposta foi oficialmente retirada de pauta por meio de requerimento apresentado pelo parlamentar. Isso porque, ao longo de sua tramitação, o texto original sofreu profundas alterações, que o descaracterizaram. Na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), o relator Cezinha de Madureira (PSD-SP) apresentou parecer pela inconstitucionalidade integral da proposta. Em seu voto, apontou vícios técnicos considerados insanáveis, como previsões genéricas, ausência de estimativa de impacto financeiro e ampliação indevida do objeto original. Segundo o relator, modificações aprovadas anteriormente incluíam temas como inspeções ambientais e a possibilidade de delegação de atividades a empresas privadas — o que, na avaliação técnica, comprometia a segurança jurídica e poderia resultar em cobranças indiretas no processo de licenciamento.

Bom, a CCJC serve exatamente para avaliar as inconformidades legais de um Projeto de Lei. As alterações em um texto original também podem ser revistas ao longo de sua tramitação nas comissões — no caso da inspeção, não havia previsão de votação no plenário — e, claro, no Senado, que

também apreciaria o PL e poderia, eventualmente, até retomar o texto original, devolvendo-o à Câmara.

Mas, sejamos claros, a questão não é técnica. É política. E um dos maiores temores de qualquer político é a impopularidade. Neste quesito em particular, a inspeção veicular é medalha de ouro. Quem acompanhou os grupos de proprietários de automóveis nas mídias sociais percebeu que, desde janeiro, a proposta vinha sendo bombardeada com requintes de ódio e crueldade. Houve até gente indo de Fusca até Brasília para protestar contra “mais esta taxa absurda imposta ao contribuinte”.

A lição que fica me parece clara: com o grau de mobilização social que a população adquiriu a partir das plataformas digitais, dificilmente será possível emplacar uma nova lei revestida de imensa rejeição como é a inspeção veicular. Se não houver um amplo movimento de conscientização, o projeto será eternamente postergado — como vem sendo desde 1997.

É preciso também ter bom senso na seleção da frota a ser inspecionada. Partir dos cinco anos de fabricação é justo, porém é preciso estudar um corte também na outra ponta a fim de reduzir resistências. Como exigir manutenção impecável dos automóveis com mais de 30 anos se as indústrias já deixaram de produzir as peças de reposição e os reparadores, em geral, não querem estes veículos em suas oficinas? Que milagre o legislador espera dos proprietários de veículos antigos sem o apoio de incentivos para a renovação da frota? Há muito o que repensar para que um programa como esta repercussão se torne realidade. Querer abraçar o mundo de uma vez só é pedir pra ficar no vácuo.

Clique aqui e receba nossa newsletter no seu e-mail

Publisher

Ricardo Carvalho Cruz
(rccruz@novomeio.com.br)

Head de Conteúdo

Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor de Criação

Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpm.com.br)

Endereço

Rua José Furtado de Mendonça
no 109/111
Jardim Monte Kemel
Cep 05634 120
São Paulo

Redação

Dúvidas, críticas e sugestões a respeito das informações editoriais publicadas no jornal. Envie releases com os lançamentos de sua empresa e notícias que merecem ser divulgadas ao Aftermarket Automotivo.
jornalismo@novomeio.com.br

Notícias

Cadastre-se para receber os informativos digitais do Aftermarket Automotivo no seu e-mail. Acesse: Clique aqui

Publicidade

Anuncie no Aftermarket Automotivo, a única publicação digital do Brasil que fala com todos os elos do mercado de reposição.
comercial@novomeio.com.br

Marketing

Vincule sua marca aos projetos e eventos mais criativos e importantes do Aftermarket Automotivo.
marketing@novomeio.com.br

Recursos Humanos

Venha trabalhar com a gente e encontre espaço para mostrar seu talento.
financeiro@novomeio.com.br

Ano 01 - #03 Abril de 2026

Distribuição para mailing eletrônico: 50.000 exemplares digitais

Audiência estimada em views no site NVA: mais de 480 mil visualizações em 2025
Aftermarket Automotivo Full Digital é uma publicação mensal da Nhm - Novomeio Hub de Mídia dirigida ao trade do mercado de reposição. Tem como objetivo divulgar notícias, opiniões e informações que contribuam para o desenvolvimento do setor.

www.aftermarketautomotivo.com.br
www.youtube.com/@ATVmidia

Direção

Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo

(jornalismo@novomeio.com.br)
Claudio Milan
Lucas Torres
Christiane Benassi

Publicidade

(comercial@novomeio.com.br)
Fone: 11 99977-2026
Vinícius Araújo

Arte

Lucas Cruz

Marketing

(marketing@novomeio.com.br)
Elisa Juliano

Os anúncios aqui publicados são de responsabilidade exclusiva dos anunciantes, inclusive com relação a preço e qualidade.

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores. Opiniões emitidas nos artigos são de responsabilidade dos autores.

Jornalista Responsável

Claudio Milan (MTb 22.834)

Nhm[®]

www.novomeio.com.br

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS
E ENTREGAS EM TODO O BRASIL?

tá na
mão

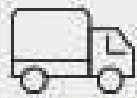


tá na
pellegrino

Tudo o que você precisa para fazer o melhor negócio em peças para auto, moto e acessórios.



Linha Leve



Linha Pesada



Motopeças



Acessórios



**Agilidade
na Entrega**



Portfólio



**Maquininha
Pronto!**



Compre Online



Escaneie
o QR Code
e acesse o
compreonline.

Pellegrino
Conte com nossa gente.

- @pellegrinoautopecas
- Pellegrino Autopeças
- Pellegrino Distribuidora de Autopeças
- 0800 020 0700

SUMÁRIO

Foto: Divulgação



Entrevista

Em conversa exclusiva com o AA, Fabián Natalini, Gerente de Projeto da Automechanika Buenos Aires, faz um balanço da feira realizada entre os dias 8 e 11 de abril, evento que recebeu 30 mil visitantes e foi palco de um acordo de trabalho conjunto firmado entre AFAC, ADEFA, Sindipeças e Anfavea.

8

Foto: Shutterstock



Debate

Assunto extremamente polêmico e que será pauta nas campanhas eleitorais deste ano, o fim da escala de trabalho 6x1 é o tema do segundo Debate AA, iniciativa editorial que abre espaço para os pontos de vista dos formadores de opinião dos diferentes segmentos do mercado de reposição.

22

Foto: Shutterstock



Setorial

Itens básicos de giro no Aftermarket Automotivo, os pneus vêm enfrentando acirrada concorrência com produtos vindos especialmente da China. O mercado de reposição tem sido particularmente afetado e a queda no volume de negócios também acende um sinal de alerta em todo o trade.

42

Foto: Shutterstock



Capa

Conheça as marcas mais lembradas pelos reparadores de veículos na primeira reportagem de divulgação dos resultados da pesquisa Autop of Mind 2026, mais um estudo do After.Lab. Na próxima edição do AAFD vamos revelar o que disseram os proprietários de automóveis.

12

Foto: Shutterstock



Educação

Embora a maior parte da frota de eletrificados ainda esteja nas mãos das concessionárias, Aftermarket Automotivo independente já começa a se preparar para receber esses veículos e, nesse movimento, as indústrias têm papel relevante para a capacitação técnica do setor como um todo.

30

Foto: Divulgação



Tendências

Novo estudo da consultoria Schwartz Advisors expõe desafios a serem enfrentados pelo Aftermarket Automotivo dos Estados Unidos a partir da transição da matriz energética dos veículos. As informações certamente constituem referências valiosas para os mercados de outros países também.

48

Duas categorias, um único nome na ponta da língua.

Quando o assunto é amortecedor e marca de autopeças, o mercado sabe que ninguém faz igual.

Cofap é Cofap. O Prêmio Autop of Mind elege seus vencedores com base na opinião de quem mais entende do assunto: mecânicos, balconistas e donos de oficina de todo o Brasil. O resultado? Cofap no topo, de novo.

Pode chamar de favoritismo, a gente prefere chamar de confiança.



*Prêmio Autop of Mind
realizado pelo After.Lab

SIGA:



cofap

Gerente da Automechanika Buenos Aires faz balanço da feira

Delegação brasileira e forte presença dos chineses foram temas da entrevista exclusiva com Fabián Natalini

Entre os dias 8 e 11 de abril, a cidade de Buenos Aires, na Argentina, recebeu mais uma edição da Automechanika. Segundo maior evento do Aftermarket Automotivo da América Latina, atrás apenas da Automec, a feira reuniu mais de 500 expositores de 30 países, além de 30 mil visitantes profissionais de 42 nacionalidades, em uma área superior a 33 mil m². Como de costume, a delegação brasileira teve presença de destaque, com o tradicional Pavilhão Brasil reunindo 68 empresas expositoras e reforçando o protagonismo do país dentro da cadeia automotiva local. Essa participação, somada ao fato de a Argentina seguir sendo o principal destino das exportações de autopeças brasileiras – com um valor embarcado de mais de US\$ 2,3 bilhões em 2025 –, indica que as divergências políticas entre os governos dos dois países não impactaram, ao menos até aqui, a dinâmica comercial entre os mercados.

Pelo contrário, de acordo com Fabián Natalini, Gerente de Projeto da Automechanika Buenos Aires, a relação entre os dois países saiu fortalecida nesta edição. “No âmbito do Encontro da Indústria Automotiva, foi firmado um acordo de trabalho conjunto entre AFAC, ADEFA, Sindipeças e Anfavea, que reforça a integração produtiva e a cooperação regional dentro da cadeia automotiva”, destacou.

Além do Brasil, a feira recebeu empresas de diferentes regiões

do mundo, ampliando sua diversidade geográfica e reforçando o caráter internacional. Entre elas, as empresas asiáticas tiveram destaque especial, com a China liderando o movimento por meio de um pavilhão com 68 expositores, além da presença de companhias de países como Japão, Índia, Malásia e Singapura.

Para entender os principais destaques desta edição, os avanços em relação aos anos anteriores e o papel da feira na integração da cadeia automotiva latino-americana, o Aftermarket Automotivo entrevistou Natalini com exclusividade.

Aftermarket Automotivo - Quais foram os principais números da edição 2026 da Automechanika Buenos Aires em termos de expositores, visitantes e participação internacional?

Fabián Natalini - A edição 2026 da Automechanika Buenos Aires reuniu mais de 500 expositores de 30 países, com 750 marcas distribuídas em uma área superior a 33.000 m². Em relação ao público, participaram mais de 30.000 visitantes profissionais provenientes de 42 países, alcançando números recordes e reafirmando o caráter internacional do evento.

Aftermarket Automotivo - Houve avanço na diversidade geográfica dos participantes?

Fabián Natalini - Nesta edição estiveram representados 30 países, o que significou um avanço significativo em termos de diversidade geográfica em relação à edição de 2024, que

Fabián Natalini é Gerente de Projeto da Automechanika Buenos Aires



havia contado com participantes de 18 países. Essa expansão refletiu um maior interesse internacional e uma presença mais diversa de empresas de Argentina, Austrália, Brasil, Camboja, Canadá, Chile, China, Croácia, Equador, Alemanha, Grã-Bretanha, Hong Kong, Índia, Itália, Japão, Lagos, Lituânia, Malásia, México, Países Baixos, Panamá, Peru, Polônia, Romênia, Singapura, Espanha, Suíça, Taiwan, Turquia e Estados Unidos.

Aftermarket Automotivo - Em comparação com a edição de 2024, quais foram as principais mudanças observadas em escala, perfil do público e diversidade de expositores?

Fabián Natalini - Em comparação com sua última edição, em 2024, o evento registrou um crescimento de 46% na área de exposição e de 49% no número de expositores, refletindo uma expansão sustentada e um maior nível de participação empresarial, além de uma representação mais completa da cadeia de valor automotiva.

Aftermarket Automotivo - Quais foram os principais interesses dos visitantes em termos de negócios? Houve maior foco no mercado de reposição tradicional, em novas tecnologias ou na busca por novos fornecedores?

Fabián Natalini - Os principais interesses dos visitantes estiveram voltados para a busca por novos fornecedores, a geração de negócios concretos e a capacitação contínua, impulsionada pelas mais de 40 atividades acadêmicas realizadas paralelamente à exposição. Isso se

refletiu na Rodada Internacional de Negócios, organizada em conjunto com a PromArgentina, na qual foram realizadas 250 reuniões entre empresas expositoras argentinas e compradores de países como Equador, Peru, Chile, Guatemala, Brasil, El Salvador, Alemanha e Colômbia. O objetivo foi impulsionar oportunidades comerciais concretas e promover a expansão internacional de produtos e serviços argentinos. Além disso, nas Rodadas Comerciais entre Montadoras e Fornecedores, organizadas pela AFAC e ADEFA, importantes empresas automotivas se reuniram com fabricantes de autopeças com o objetivo de ampliar a integração local e fortalecer a cadeia de valor nacional. Participaram empresas como IVECO, Ford, Renault, Prestige, Stellantis, Scania, Mercedes-Benz Caminhões, Volkswagen, General Motors e Toyota.

Aftermarket Automotivo - Como foi a participação das empresas brasileiras nesta edição? O Brasil manteve sua relevância dentro da feira?

Fabián Natalini - O Brasil manteve um papel central dentro da feira. Assim como em edições anteriores, o Sindipeças acompanhou a participação das empresas brasileiras e, como todos os anos, destacou-se a presença do Pavilhão Brasileiro, que reuniu 68 empresas expositoras. Essa participação foi fundamental para reforçar o vínculo regional.

Aftermarket Automotivo - Apesar das mudanças recentes

na economia argentina, o Brasil segue sendo o principal exportador de autopeças para o país. Como vocês enxergam hoje essa relação dentro da dinâmica da feira e da cadeia automotiva regional?

Fabián Natalini - A relação com o Brasil foi fortalecida durante esta edição. No âmbito do Encontro da Indústria Automotiva, foi firmado um acordo de trabalho conjunto entre AFAC, ADEFA, Sindipeças e Anfavea, que reforça a integração produtiva e a cooperação regional dentro da cadeia automotiva.

Aftermarket Automotivo - A economia argentina passou por um processo de reestruturação desde 2024. Em comparação com a última edição da feira, foi possível perceber um ambiente mais favorável para a geração de negócios? Esse cenário se refletiu na Automechanika?

Fabián Natalini - Apesar de um contexto desafiador, a feira refletiu um ambiente favorável para os negócios, o que ficou evidente nos níveis recordes de participação. A Automechanika Buenos Aires voltou a se consolidar como um espaço-chave para gerar contatos, trocar informações e avançar

em projetos concretos dentro do setor.

Aftermarket Automotivo - Como foi a participação de empresas asiáticas nesta edição? É possível observar um avanço desses players no mercado argentino e regional?

Fabián Natalini - Esta edição contou com um Pavilhão Chinês com 68 empresas expositoras, além da presença de companhias provenientes do Japão, Índia, Camboja, Hong Kong, Malásia, Singapura e Taiwan, o que confirma o interesse desses players no mercado regional.

Aftermarket Automotivo - Quais foram os principais temas e tendências que se destacaram ao longo da feira e que devem impactar o aftermarket na região nos próximos anos?

Fabián Natalini - Ao longo da feira foram realizadas mais de 40 atividades, incluindo conferências de expositores e espaços de capacitação, nas quais foram abordadas tendências que estão transformando o aftermarket, como digitalização, comércio eletrônico, novos hábitos de consumo e a aplicação de inteligência artificial na indústria de autopeças, entre outros.

“ No Encontro da Indústria Automotiva, foi firmado um acordo de trabalho conjunto entre AFAC, ADEFA, Sindipeças e Anfavea, que reforça a integração produtiva e a cooperação regional dentro da cadeia automotiva



Sama

Autopeças

MAIS QUE DISTRIBUIDORA, uma parceria que evolui lado a lado com o seu negócio.

Fornecendo autopeças de qualidade, com entrega rápida e compromisso com o seu negócio, a Sama é a sua parceira de confiança quando o assunto são soluções para o mercado automotivo. Experiência e excelência a serviço da sua empresa. Conte conosco para seguir evoluindo.



COMPRA ONLINE,
DE ONDE
E QUANDO
QUISER



VARIEDADE E
CONFIANÇA EM
UM PORTFÓLIO
COMPLETO DE
AUTOPEÇAS



PRONTO! A
MAQUININHA
ESPECIALISTA
NO MERCADO
AUTOMOTIVO.

Encontre as melhores marcas e fornecedores do setor automotivo.



compre



online.samaautopecas.com.br

 @autopecassama

 @sama.autopecas

 0800 020 0900

Sama
Autopeças

Autop of Mind 2026: as marcas que não saem da cabeça dos reparadores

Conheça os primeiros resultados da nova edição da pesquisa criada em 1999 para avaliar a estratégia de comunicação e a lembrança das marcas de autopeças no Aftermarket Automotivo. Na próxima edição vamos revelar os resultados da pesquisa com os proprietários de veículos

Qual é a primeira marca que você lembra? A pergunta parece simples, quase automática, mas carrega um dos ativos mais valiosos de qualquer indústria: a memória do cliente. Mais do que isso, revela quais empresas conseguiram atravessar os ruídos do mercado, superar a concorrência e ocupar um espaço privilegiado na mente de quem decide.

No Aftermarket Automotivo, essa disputa ganha contornos ainda mais complexos. Não basta falar com o consumidor final. É preciso dialogar com um elo decisivo da cadeia: o reparador. É ele quem recomenda, valida, influencia e, em grande parte das vezes, define a escolha. Nesse ambiente, lembrança de marca não é apenas imagem — é ferramenta de decisão. Criada em 1999 pela Nhm - Novo Meio Hub de Mídia, a pesquisa Autop of Mind nasceu justamente para medir esse fenômeno: identificar quais marcas são lembradas espontaneamente por reparadores e proprietários de veículos e, a partir disso, avaliar a eficiência das estratégias de comunicação das indústrias do setor. Ao longo das edições, uma constatação se consolidou: estar na cabeça do mercado não é um detalhe. É uma vantagem competitiva relevante — ainda que não automática. Ser top of mind não significa, necessariamente, liderar vendas. Tampouco garante preferência no ponto de venda. A lembrança oferece algo mais sutil, porém decisivo: um caminho aberto. A decisão de compra continua sendo

influenciada por fatores objetivos como preço, disponibilidade, procedência e suporte técnico. Ainda assim, quando uma marca já está instalada na memória, ela sai na frente. Diante da dúvida, o consumidor — seja ele o motorista ou o profissional da oficina — tende a escolher o que reconhece.

No Aftermarket Automotivo, essa lógica ganha um filtro adicional: o conhecimento técnico. O reparador não apenas consome informação, ele interpreta, traduz e recomenda. Sua experiência prática tem o poder de amplificar ou comprometer a reputação de uma marca com rapidez e intensidade que nenhuma campanha publicitária consegue controlar. Uma experiência positiva fortalece a lembrança. Uma negativa pode eliminá-la — e, muitas vezes, de forma definitiva.

É nesse ponto que a Autop of Mind deixa de ser apenas um ranking de lembrança para se tornar um indicador estratégico. Quando há desalinhamento entre lembrança e desempenho de mercado — marcas muito lembradas, mas com baixa conversão em vendas — o problema pode estar além da comunicação. Pode indicar falhas de distribuição, indisponibilidade no ponto de venda ou fragilidade na entrega do produto. Por outro lado, marcas com bom desempenho comercial, mas baixa lembrança espontânea, revelam um potencial latente: estão próximas de transformar presença em relevância.



Momento é oportuno para gerar valor percebido

A edição 2026 da pesquisa Autop of Mind – realizada pelo After.Lab, núcleo de inteligência de negócios da Nhm – chega em um momento particularmente desafiador para o setor. O crescimento da frota circulante, impulsionado pelo mercado de usados, amplia a demanda por reposição. Ao mesmo tempo, a diversificação tecnológica dos veículos aumenta a complexidade da operação ao longo de toda a cadeia – da indústria à oficina. Novas marcas surgem, linhas de produtos se expandem e a gestão de estoque se torna mais exigente. Nesse cenário, comunicar bem deixou de ser diferencial. Passou a ser condição de permanência.

Comunicar bem, no entanto, não significa apenas aparecer. Significa gerar valor percebido, transmitir confiança técnica e sustentar uma presença consistente ao longo do tempo. Porque, no fim, o aftermarket não compra apenas produto. Compra segurança – e essa segurança começa, muitas vezes, pela familiaridade com a marca e a confiança adquirida com a experiência.

Nesta edição, apresentamos a primeira parte da divulgação dos resultados da Autop of Mind 2026. Para esta etapa, **foram entrevistados 464 reparadores nas nove principais capitais do país: Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Salvador, São Paulo, Recife e Rio de Janeiro.** A pesquisa é dividida em duas fases: em maio, o AAFD divulgará os resultados do estudo

realizado junto aos proprietários de veículos.

Um ponto muito importante: a pesquisa Autop of Mind investiga a resposta imediata e espontânea dos entrevistados acerca de cada linha de produto proposta, sem qualquer interferência do entrevistador. Isso significa que, em determinados casos, pode haver a citação de uma marca para um produto que ela não fabrica nem oferece ao mercado. Nesta edição, foi o caso específico da aparição da NGK no quesito ‘bicos injetores’. Por se tratar de uma linha em que há forte concentração em duas marcas principais, as citações subsequentes, embora pouco representativas, acabam por reunir índices muito próximos – e baixos – de lembrança, sobressaindo-se alguma delas por pequena diferença. Foi o que aconteceu no quesito ‘bicos injetores’ e, para retratar com total fidelidade o que disseram os entrevistados, optamos por preservar as citações na íntegra. Feita esta ressalva, as respostas obtidas junto aos reparadores – que você conhece nas tabelas a seguir – revelam quem conseguiu construir presença e ocupar espaço privilegiado na memória do mercado. Mais do que nomes, os resultados indicam quais empresas foram capazes de estabelecer uma conexão efetiva com seus públicos, transformando comunicação em lembrança e lembrança em relevância. Porque, no aftermarket, não basta ser visto. É preciso ser lembrado. E, no momento decisivo, ser escolhido.

Autop of Mind 2026 – Reparadores

AUTOPEÇAS		BORRACHA DE SUSPENSÃO	
COFAP	19,4%	MONROE AXIOS	50,9%
BOSCH	15,9%	SAMPEL	14,0%
MONROE	10,8%	MOBENSANI	8,0%
ROLAMENTOS		BATERIAS	
SKF	57,3%	MOURA	58,6%
INA	19,0%	HELIAR	30,0%
FAG	8,0%	BOSCH	4,5%
FILTROS		PASTILHAS E LONAS	
WEGA	29,3%	COBREQ	39,0%
TECFIL	19,2%	FRAS-LE	33,2%
MANN	17,9%	SYL	5,4%
ANÉIS E PISTÕES		MOLAS DE SUSPENSÃO	
MAHLE METAL LEVE	63,4%	FABRINI	19,0%
COFAP	4,1%	COFAP	17,7%
TAKAO	3,4%	TIGRE	7,5%
COMBUSTÍVEL		CORREIAS	
SHELL	38,8%	CONTINENTAL CONTITECH	38,1%
BR PETROBRAS	30,6%	DAYCO	29,5%
IPIRANGA	19,0%	GATES	22,6%
AMORTECEDORES		PNEUS	
COFAP	45,3%	PIRELLI	23,9%
MONROE	29,5%	MICHELIN	19,0%
KYB / KAYABA	10,3%	CONTINENTAL	18,8%
DISCO DE FREIO		JUNTAS E RETENTORES	
FREMAX	44,8%	SABÓ	77,2%
HIPPER FREIOS	29,3%	HENGST	6,3%
TRW VARGA	10,1%	ELRING	4,5%

ELEITA A MARCA
**MAIS LEMBRADA
DE PASTILHAS
E LONAS**



COBREQ,
mais uma vez,
vencedora do
prêmio Autop
Of Mind! 🏆

Este reconhecimento celebra a confiança dos reparadores na qualidade, performance e segurança dos nossos produtos.

Nosso muito obrigado a todos que, com dedicação e profissionalismo, nos acompanham nessa jornada.

Esta conquista também é de vocês!

Onde for, vá de COBREQ!

COBREQ®



Tudo
em um
mesmo
lugar

EMBREGENS		SONDAS E SENSORES		ÓLEOS LUBRIFICANTES		VEÍCULOS POPULARES	
LUK	78,2%	NTK	46,3%	MOBIL	16,4%	FIAT	32,1%
SACHS	11,4%	BOSCH	23,5%	BR LUBRAX	12,9%	VOLKSWAGEN	25,2%
VALEO	3,9%	MTE THOMSON	12,3%	SHELL	12,9%	CHEVROLET	22,8%
BANDEJA DE SUSPENSÃO		VELAS DE IGNIÇÃO		FERRAMENTAS		VEÍCULOS MÉDIOS	
NAKATA	28,9%	NGK	86,6%	GEDORE	52,8%	TOYOTA	16,8%
COFAP	25,2%	BOSCH	10,3%	RAVEN	9,7%	VOLKSWAGEN	14,0%
PERFECT	11,4%	MAGNETI MARELLI	0,9%	KING TONY	4,7%	CHEVROLET	13,8%
PIVÔ E TERMINAL		BICO INJETOR		EQUIPAMENTOS DE OFICINA		VEÍCULOS DE LUXO	
NAKATA	30,6%	BOSCH	61,6%	SUN	11,0%	BMW	17,5%
VIEMAR	23,7%	MAGNETI MARELLI	14,2%	ELEVACAR	6,3%	TOYOTA	15,3%
PERFECT	12,7%	NGK	3,7%	RAVEN	4,7%	MERCEDES-BENZ	14,7%
ESCAPAMENTOS		MENOS DEFEITOS		CURSOS E TREINAMENTOS		MARCA DE AUTOPEÇAS MAIS ADMIRADA	
MASTRA	23,9%	NGK	14,7%	BOSCH	9,5%	BOSCH	15,3%
SCAPEX	11,2%	BOSCH	14,2%	NGK	3,4%	COFAP	9,5%
TUPER	8,4%	COFAP	11,2%	MONROE	1,7%	NGK	8,6%

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO

Transformar o mercado brasileiro de manutenção automotiva por meio da inteligência analítica. Essa é a proposta do After.Lab, núcleo de inteligência de negócios da Nhm Novomeio Hub de Mídia, responsável pelos estudos mais importantes do mercado: **Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças - Edições Nacional, Regional e Pesados, Prêmio Inova, Autop of Mind, MAPA, ONDA, VIES, META, LUPA e IAA – Índice das ações automotivas.**

São quase 30 anos liderando estudos de grande relevância para o setor.

VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?



MASTRA, UMA MARCA QUE VALE OURO!



A única marca do mercado de reposição que oferece garantia real!

Todas as peças **Mastra** trazem originalidade baseando-se em cinco verdades:

- **Atenuam os ruídos** emitidos pelo processo de combustão,
- Têm a capacidade de manter **taxas de contra-pressão** do sistema, que são preconizadas pelas montadoras de veículos,
- Mantêm o **gabarito** de montagem, garantindo folgas e tensões originais do sistema,
- **Convertem gases** nocivos em gases inertes mantendo o veículo **livre de multas e apreensão**, além de **proteger o meio ambiente e a saúde do ser humano**,
- **Garantem o desempenho do veículo.**

A **Mastra** oferece a linha mais completa e diversificada de escapamentos e catalisadores do mercado, consolidada por uma capacidade produtiva sem igual e a maior rede de distribuição para atender com agilidade clientes e consumidores em todos os estados do Brasil.

PRÊMIOS

2010 - AUTOP OF MIND
2012 - OFICINA BRASIL
2013 - OFICINA BRASIL
2014 - PRÊMIO SINDIREPA
2015 - PRÊMIO SINDIREPA
2017 - OFICINA BRASIL
2018 - OFICINA BRASIL
2019 - AUTOP OF MIND
2020 - OFICINA BRASIL
2022 - OFICINA BRASIL
2023 - OFICINA BRASIL
2024 - OFICINA BRASIL
2025 - AUTOP OF MIND
2025 - OFICINA BRASIL
2026 - AUTOP OF MIND



BAIXE APP MASTRA PELO QR CODE
OU ACESSE AS LOJAS VIRTUAIS



MASTRA

ESCAPAMENTOS E CATALISADORES

Pesquisa traz informações complementares sobre hábitos do reparador

Por Laura Lessa, do After.Lab

Além de investigar as marcas do universo automotivo mais lembradas pelos reparadores, a pesquisa Autop of Mind também traz, tradicionalmente, algumas informações complementares acerca dos hábitos e rotinas de trabalho apuradas junto aos 464 respondentes entrevistados pelos profissionais do After.Lab. A seguir, trazemos estas informações.

Decisão de marca

Na soma total das respostas, 84% dos reparadores ouvidos afirmaram que são eles que

escolhem a marca da autopeça a ser trocada, frente a 13% que delegam o poder de decisão aos proprietários dos veículos. Quando verificamos esse poder de decisão com base no tamanho do estabelecimento, notamos que essa faixa percentual se mantém. Quando ampliamos a análise dos resultados para um entendimento local (em cada uma das capitais participantes da pesquisa – Tabela 2), vemos que a dinâmica do poder de escolha se repete, com a menor disparidade ocorrendo em Fortaleza: 25,7% dos

respondentes indicaram que o proprietário possui o poder de decisão final.

Onde compra as autopeças

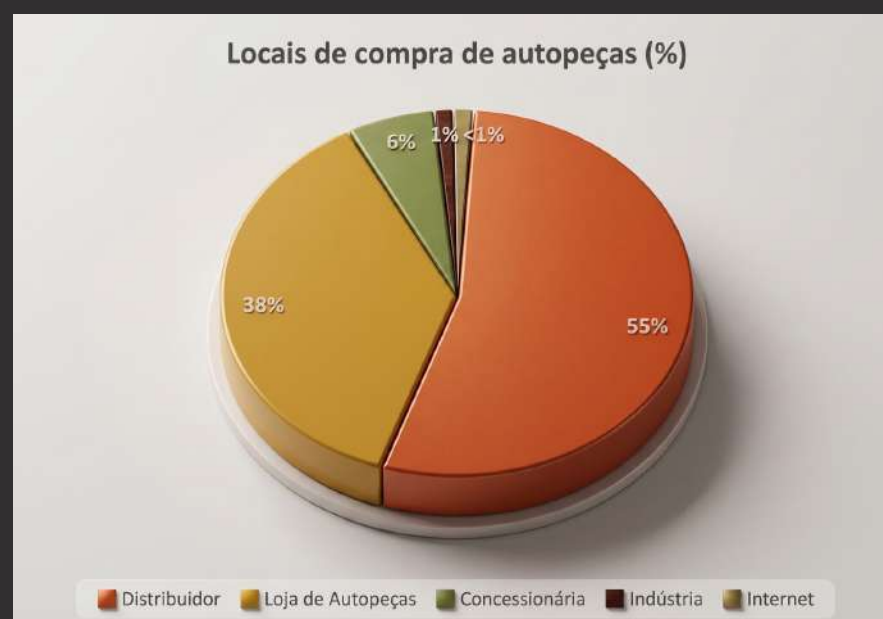
Os distribuidores permanecem como o principal ponto de fornecimento de autopeças para as oficinas no mercado brasileiro, englobando 55% de todos os reparadores respondentes. Essa preferência é independente do tamanho do estabelecimento, isto é, os distribuidores permanecem no topo mesmo com a análise estratificada considerando

o tamanho dos estabelecimentos (micro, pequeno, médio e grande). Em relação à última edição da pesquisa Autop of Mind (2024), o varejo aumentou sua fatia no mercado (38% na edição atual, frente a 27% na edição anterior), mas ainda distante de alcançar a magnitude das empresas de distribuição. Quando analisamos os resultados por capital, vemos que o cenário se repete, com exceção de São Paulo, onde a fatia que compreende o maior percentual de fornecimento de autopeças pertence às lojas de varejo (64,4%).

Fonte: After.Lab



Fonte: After.Lab



Fonte: After.Lab

Tabela 2 – Percentual de decisão de troca por capital

DECISÃO DE TROCA	BELO HORIZONTE (%)	BRASÍLIA (%)	CURITIBA (%)	FORTALEZA (%)	PORTO ALEGRE (%)	RECIFE (%)	RIO DE JANEIRO (%)	SALVADOR (%)	SÃO PAULO (%)
Reparador	86,5	85,4	68,0	74,3	85,7	76,2	85,4	81,2	87,7
Proprietário	10,8	14,6	16,0	25,7	9,5	23,8	13,5	15,6	8,6
Loja de Autopeças	2,7	0,0	8,0	0,0	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Concessionária	0,0	0,0	8,0	0,0	0,0	0,0	1,1	3,1	3,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



Tabela 3 – Tipo de estabelecimento em que os reparadores compram as peças por capital

LOCAL DE COMPRA	BELO HORIZONTE (%)	BRASÍLIA (%)	CURITIBA (%)	FORTALEZA (%)	PORTO ALEGRE (%)	RECIFE (%)	RIO DE JANEIRO (%)	SALVADOR (%)	SÃO PAULO (%)
Distribuidor	78,4	75,6	76,0	60,0	90,5	95,2	57,3	62,5	28,8
Loja de Autopeças	13,5	22,0	16,0	31,4	9,5	4,8	34,8	28,1	64,4
Concessionária	8,1	2,4	8,0	8,6	0,0	0,0	6,7	9,4	5,5
Indústria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2
Internet	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

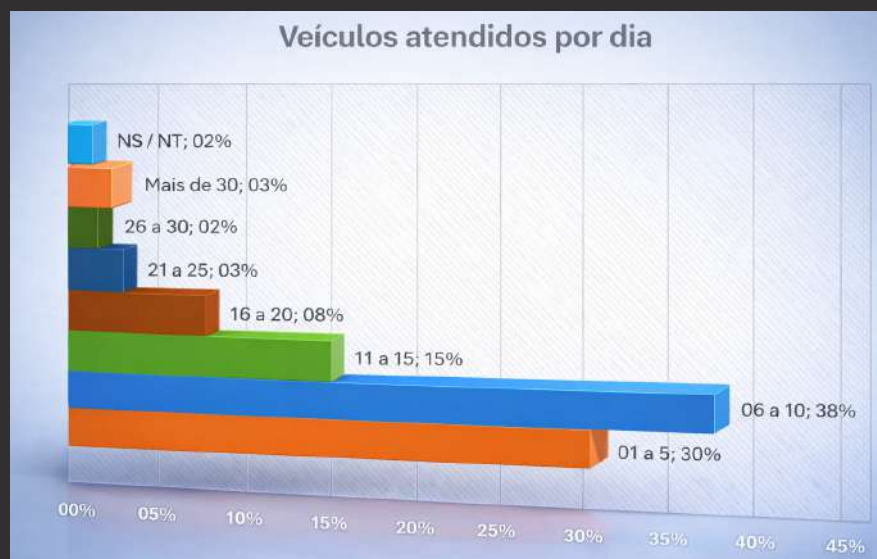
Fonte: After.Lab

Perfil dos entrevistados

Não houve estratificação prévia da amostra quanto a ramo de atividade e número de funcionários.

Quanto ao tipo de veículo atendido, 97,4% dos entrevistados atendem veículos leves e médios, enquanto 2,6% atendem veículos médios e pesados. Referente ao número de veículos atendidos por dia nas oficinas, em média, 38,1%

atendem de 6 a 10 veículos por dia, 30,2% atendem de 1 a 5 veículos e 14,7% atendem de 11 a 15 veículos diariamente. No tocante ao tamanho das oficinas, 48,9% são caracterizadas como pequenas e possuem de 1 a 4 funcionários no atendimento dos veículos; 27,2% das oficinas são médias (5 a 9 funcionários) e apenas 6,5% são caracterizadas como grandes (acima de 20 funcionários).

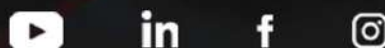


Fonte: After.Lab

**O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO**



WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

Pode contar

com bandejas,
terminais e
pivôs Nakata



Os preferidos pelos mecânicos
na pesquisa **Autop of Mind 2025**
não podem faltar na sua loja.



Mais uma vez a **Nakata** agradece a preferência e lembrança de reparadores de todo o Brasil pela conquista do primeiro lugar na pesquisa **Autop Of Mind 2025**, realizada pelo After.Lab, nas categorias bandejas de suspensão, pivôs e terminais. Resultado que só reforça nosso compromisso em continuar oferecendo componentes de alta precisão, durabilidade e segurança para o mercado de reposição continuar evoluindo e crescendo com a gente. Pode contar!



No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.

 **autop** of mind
POWERED BY AFTER.LAB

NAKATA[®]
PODE CONTAR

FIM DA ESCALA 6X1:

QUALIDADE DE VIDA OU PREJUÍZO
PARA OS BRASILEIROS?



Debate Aftermarket Automotivo reúne líderes e colaboradores do setor para discutir um tema que ganha força neste ano eleitoral. Participantes se revezam entre preocupações quanto à operacionalidade dos negócios e otimismo com a melhora na qualidade de vida

Neste mês de abril, o debate sobre o fim da escala 6x1 ganhou tração com a aprovação da PEC que propõe a redução da jornada de trabalho pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara dos Deputados. Agora, a pauta espera por uma relator na comissão especial e depende do presidente da casa, Hugo Motta, para seguir tramitando. O assunto tem mobilizado empresários e trabalhadores dos mais diversos setores, e o Aftermarket Automotivo, claro, não está à margem dessas discussões. A polêmica é imensa, até porque a proposta se tornou argumento de campanha

neste ano de eleições gerais.

Em elos como a reparação e o varejo, o debate se torna ainda mais sensível. Afinal, os segmentos de comércio e serviços tendem a ser os mais impactados pela medida, pois o funcionamento dos estabelecimentos muitas vezes de segunda a sábado está diretamente ligado ao atendimento da demanda e à dinâmica operacional do mercado.

Mas, como será que os líderes, os donos de empresa, e os funcionários enxergam essa pauta? Será que as visões são totalmente antagônicas ou existe um caminho de

equilíbrio entre qualidade de vida e sustentabilidade dos negócios?

Para responder a essas perguntas, reunimos os presidentes do Sindirepa-SP, Sincopeças-SP e do Sincopeças Brasil, Antonio Fiola, Heber Carvalho e Ranieri Leitão, além de profissionais que atuam na ponta da cadeia, para uma reflexão sobre os impactos da possível mudança na jornada de trabalho sobre o mercado de reposição independente.

O resultado dessa mesa plural você acompanha a seguir na segunda edição do Debate Aftermarket Automotivo.

Trabalho ou lazer aos finais de semana?
Uma equação difícil de solucionar,
especialmente em ano eleitoral

DISCOS DE FREIO FREMAX.

Mais uma vez 1º lugar no prêmio Autop of Mind.

Mais uma vez, os discos de freio Fremax ficaram em primeiro lugar na preferência dos mecânicos, segundo a pesquisa Autop of Mind 2025, realizada pelo After.Lab com cerca de 500 profissionais dos principais mercados do país.

Um reconhecimento que nos incentiva a continuar evoluindo ainda mais para garantir sempre o máximo em tecnologia, alta performance e segurança de nossos produtos a quem vende, quem aplica e quem usa.

**A TODOS VOCÊS,
NOSSO MÁXIMO AGRADECIMENTO.**

No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.



Consulte aqui
nosso portfólio.

OEM 
FABRICANTE EQUIPAMENTO ORIGINAL

**FORNECEDOR OFICIAL
DE DISCO DE FREIO**

PORSCHE
CARRERA CUP
BRASIL

 **autop** of mind
POWERED BY AFTER.LAB



1

0

LUGAR

FREMAX
O MÁXIMO EM MOVIMENTO

QUESTÃO AA

Como equilibrar o bem-estar dos trabalhadores e a sustentabilidade do modelo de negócios das empresas do Aftermarket Automotivo nestas discussões do fim da escala 6x1?

Antonio Fiola

Presidente do Sindirepa-SP

Esse é um tema bastante complexo. A maioria das oficinas já trabalha com escala 5x2, o que vai ocorrer é a redução de horas de trabalho. A América do Sul pratica 48 horas, quem trabalha com 40 horas são os países da Europa que vivem outra realidade. Essa regulamentação de diminuição de carga horária vai afetar ainda mais a nossa competitividade com relação a outros países. Outra questão é que essa negociação sempre foi realizada entre as partes: empregador e trabalhador, sem a imposição de uma lei, com o agravante de estarmos em ano eleitoral. Essa situação pode aumentar o risco de trabalho informal no Brasil. Além disso, o setor já enfrenta hoje uma falta significativa de mão de obra. Nós não estamos tendo a renovação necessária de

profissionais na escala em que o mercado demanda, o que gera um claro desequilíbrio entre a oferta de vagas e o número de trabalhadores interessados e preparados para ocupá-las. Do lado das entidades, temos buscado mitigar esse cenário com ações estruturadas. Um exemplo importante são os cursos de capacitação em parceria com o Senai, que contribuem para formar novos profissionais e atualizar os que já estão no mercado. Além disso, mantemos bancos de vagas justamente para otimizar o encontro entre oficinas, empresas de autopeças e candidatos, tentando reduzir essa fricção no processo de contratação. Por outro lado, não há como ignorar que o fim da escala 6x1 tende a elevar as despesas

fixas das empresas. Na prática, isso significa mais contratações, mais encargos e maior peso da parte fiscal, o que impacta diretamente o custo operacional do negócio. Em um setor de margens já pressionadas, qualquer variação nesse componente pode comprometer a sustentabilidade da empresa. Por isso, o ponto central é o reequilíbrio de custos. Será necessário repensar estrutura, processos e formação de preços para absorver esse novo modelo sem afetar drasticamente a lucratividade. O desafio é preservar o bem-estar e os direitos dos trabalhadores, ao mesmo tempo em que se garante a viabilidade econômica das empresas que sustentam toda a cadeia do aftermarket automotivo.



Ranieri Leitão

Presidente do Sincopeças Brasil

O debate sobre a jornada de trabalho é legítimo e necessário, especialmente quando olhamos para a qualidade de vida dos trabalhadores. No entanto, no aftermarket automotivo, precisamos considerar as particularidades do setor, que envolve atendimento contínuo, muitas vezes com demanda imediata e imprevisível. O equilíbrio passa por um caminho responsável: não se trata apenas de reduzir jornadas, mas de repensar a organização das operações, investir em gestão, produtividade e tecnologia. Empresas mais estruturadas conseguem distribuir melhor suas equipes, criar

escalas mais eficientes e preservar tanto o atendimento quanto o bem-estar do colaborador. Além disso, é fundamental que qualquer mudança seja construída com diálogo, considerando a realidade das micro e pequenas empresas, que representam grande parte do setor. Medidas abruptas podem gerar impacto direto na operação, no custo e, conseqüentemente, na sustentabilidade do negócio. O desafio, portanto, está em encontrar soluções que sejam viáveis na prática, conciliando competitividade, geração de empregos e qualidade de vida.



Heber Carvalho

Presidente do Sincopeças/SP

Um caminho para mantermos o equilíbrio e o bem-estar entre empresas e colaboradores deve ser mantido por meio da CCT – Convenção Coletiva de Trabalho, haja vista que, em alguns setores, a redução da jornada é possível e em outros setores (na maioria) é inviável aplicar esta norma.



Tradição em atender bem você

Nossa equipe de **vendedores técnicos especializados** está presente em 9 filiais para **atender com a qualidade, a agilidade e a confiança** que você precisa.

Orbid 70 anos

 **CONTATE SUA FILIAL OU ACESSE:** compreonline.orbid.com.br

Cascavel – PR (45) 3096-1700

Chapecó – SC (49) 3361-6400

Curitiba – PR (41) 3301-3301

Florianópolis – SC (48) 3198-8200

Joinville – SC (47) 3489-9700


Passo Fundo – RS (54) 3210-4100


Pelotas – RS (53) 2123-5100


Porto Alegre – RS (51) 2131-5100

Santa Maria – RS (55) 3301-3400

 @orbid.autopecas

 Orbid Autopeças

 www.orbid.com.br

 Orbid Autopeças



QUESTÃO AA

O que você tem ouvido dos donos de empresas em relação ao tema?

Antonio Fiola

Presidente do Sindirepa-SP

Nas conversas com proprietários de oficinas e me incluo nesse rol, o que se ouve é uma preocupação muito objetiva com o impacto direto nos negócios, principalmente entre aqueles que abrem aos sábados. Para esse perfil de empresa, a mudança de escala não é um detalhe operacional, é uma alteração estrutural na forma de atender o cliente e de organizar as equipes.

Adequar-se a essa nova regulamentação será um grande desafio. Em muitos casos, será preciso rever escalas, ampliar quadro de funcionários ou, eventualmente, repensar horários de atendimento. Tudo isso gera custo adicional em um cenário em que o consumidor é

extremamente sensível a preço e prazo. Se olharmos para o comércio de autopeças, o quadro é ainda mais crítico. O varejo de autopeças, em sua maioria, opera aos sábados com regularidade, acompanhando justamente a demanda das oficinas e dos consumidores finais. A mudança na escala tende a elevar custos de forma relevante nesse segmento e, conseqüentemente, afetar a competitividade e a rentabilidade dessas empresas.

É importante destacar que o aftermarket automotivo funciona em cadeia: oficinas, autopeças, distribuidores e fabricantes. Quando um elo tem aumento de custo e perda

de eficiência, isso se propaga para todos os demais. O novo formato trabalhista, se não for bem calibrado, pode gerar um efeito em cascata, pressionando margens em toda a cadeia e, no fim, impactando também o consumidor. O setor está disposto ao diálogo e comprometido com a melhoria das condições de trabalho, mas é fundamental que as mudanças considerem a realidade operacional do aftermarket para não comprometer a saúde das empresas e a continuidade do serviço prestado à sociedade. É bem provável que ocorra inflação e reajuste de preços no setor por conta dessa nova condição.



Ranieri Leitão

Presidente do Sincopeças Brasil

O que temos ouvido dos empresários do varejo é uma preocupação muito clara com os impactos práticos dessa discussão no dia a dia das empresas. Muitos relatam dificuldade em reorganizar suas equipes sem aumento de custo, principalmente aqueles que operam com estruturas mais enxutas. Existe também um receio de comprometer o nível de atendimento, já que o setor depende de rapidez e disponibilidade para atender o cliente no momento em

que ele precisa. Por outro lado, há uma percepção crescente de que o cuidado com o colaborador é essencial, tanto para retenção quanto para produtividade. O que o empresário busca não é resistência à mudança, mas condições viáveis para implementá-la. O setor está aberto ao debate, mas entende que ele precisa ser conduzido com equilíbrio, gradualidade e, principalmente, com respeito à realidade de quem está na ponta da operação.



Heber Carvalho

Presidente do Sincopeças/SP

No segmento do varejo de autopeças irá causar aumento de custos para as empresas e falta de mão-de-obra imediata para sustentar está alteração.





QUESTÃO AA

O que pensam os funcionários de oficinas de reparação e balconistas de autopeças?

Observação: Pela sensibilidade do tema e a pedido dos próprios profissionais ouvidos, optamos por preservar os nomes que contribuíram a seguir com suas reflexões. Só a preocupação dos entrevistados em expor suas visões já mostra que a discussão ampla sobre o assunto ainda parece carecer de maturidade, pois é fundamental que todas as partes sintam-se totalmente à vontade para apresentar seus pensamentos a fim de enriquecer o debate, que precisa envolver a sociedade como um todo.

Profissional 1

Posso dizer que a escala 6x1 ainda faz parte da realidade da maioria das empresas do nosso setor. Isso acontece principalmente porque o sábado é um dia muito importante em volume de vendas e atendimento, então abrir mão desse dia ou reduzir a equipe impacta diretamente no faturamento. Sobre o possível fim da escala 6x1, vejo como um avanço do ponto de vista da qualidade de vida do trabalhador, já que uma jornada menos desgastante tende a melhorar

o bem-estar e até a produtividade. Por outro lado, na prática, existe uma preocupação real das empresas com o aumento de custos operacionais, já que seria necessário contratar mais funcionários ou reorganizar toda a escala para manter o mesmo nível de atendimento. A rotina é intensa, exige agilidade e conhecimento técnico, então qualquer mudança precisa ser muito bem planejada para não sobrecarregar a equipe que permanece e nem comprometer o

atendimento ao cliente. Acredito que o caminho ideal seja uma transição gradual, com adaptação por setor, levando em consideração a realidade do varejo automotivo. Assim, é possível buscar um equilíbrio entre qualidade de vida para o trabalhador e sustentabilidade para as empresas.



Profissional 2


Hoje eu atuo no varejo automotivo de segunda a sexta, então não estou diretamente na escala 6x1. Mas, por estar no dia a dia do balcão e em contato com muitos profissionais do setor, consigo observar bem os impactos dessa rotina. O que vejo é que a escala 6x1 pode gerar um desgaste grande ao longo do tempo, principalmente em um ambiente que exige agilidade, atenção e relacionamento constante com o cliente. Por outro lado, também entendo que o varejo depende muito de disponibilidade e presença. Acredito que o desafio está no equilíbrio: encontrar um modelo que mantenha a produtividade sem comprometer a qualidade de vida, porque, no fim, um profissional cansado também impacta o resultado.



Profissional 3

Vejo o possível fim da escala 6x1 como um avanço, desde que venha com uma remuneração compatível. No automotivo, existe uma particularidade: muitas oficinas funcionam aos sábados, o que torna o dia uma oportunidade importante também de vendas no balcão. Também acredito que o profissional precisa buscar qualificação. Quanto mais preparado e estratégico ele for, mais valor entrega — e isso fortalece sua posição para exigir melhores condições e remuneração. Com organização e valorização, é possível equilibrar resultado e qualidade de vida.





A manutenção dos eletrificados ainda é, em sua maioria, realizada nas concessionárias, mas é questão de tempo para que eles comecem a desembarcar nas oficinas independentes

Aftermarket independente se estrutura para chegada dos eletrificados

Embora boa parte da frota ainda esteja coberta pela garantia, indústrias já promovem ações para acelerar a capacitação de reparadores e oficinas

Há pelo menos cinco anos, a tendência de crescimento da eletrificação da frota já é tema recorrente em todos os segmentos do setor automotivo. Quando falamos especificamente do aftermarket independente, no entanto, o tema ainda aparece de forma mais distante no dia a dia das operações, afinal, a maior parte dos elos da cadeia ainda não sentiu o impacto direto desse movimento nas demandas e no volume de serviços realizados. A equação para entender a diferença de urgência com que o tema avança na reposição em comparação à indústria ligada às montadoras é simples e requer apenas alguns números

objetivos. Em 2025, a venda de veículos eletrificados bateu seu recorde histórico com mais de 220 mil unidades comercializadas no Brasil. Apesar disso, a representatividade dos híbridos e dos diferentes tipos de elétricos puros ainda se limita a cerca de 0,6% da frota total circulante. Em complemento a esse quadro, há o fato de que a maior parte desses veículos se encontra dentro do período de garantia de fábrica, que varia entre 3 e 5 anos, além das garantias estendidas de componentes críticos como as baterias de alta tensão, que podem chegar a 8 ou até 10 anos. Na prática, isso faz com que esses automóveis dificilmente

cheguem ao mercado independente de manutenção e reparo no estágio inicial.

De acordo com projeções do setor, a dinâmica deve levar alguns anos para se alterar de forma mais significativa, quando finalmente os primeiros volumes de veículos eletrificados saírem das redes autorizadas, passando a demandar serviços fora das concessionárias. Outras estimativas lançam uma lupa ainda mais detalhada sobre o futuro e apontam que, até 2030, os veículos eletrificados devem representar cerca de 5% da frota nacional e, desse total, aproximadamente dois quintos já serão atendidos pelo mercado independente.

Todos essas perspectivas indicam que um impacto mais relevante da eletrificação no cotidiano de varejistas, distribuidores e reparadores só será percebido de forma consistente ao longo da próxima década, o que – para quem está focado nos desafios da operação diária – pode dar a sensação de que a questão ainda está distante. Atitudes práticas da indústria, porém, têm mostrado que nem todo o Aftermarket Automotivo nacional está em compasso de espera e que, na avaliação de alguns dos principais players do setor, a urgência em preparar o setor para esse novo cenário já é uma realidade.



Escassez de reparadores preparados preocupa e já mobiliza players do mercado

Um entre os pontos que mais preocupam o Aftermarket Automotivo independente é a falta de mão de obra especializada para atender à crescente complexidade dos veículos eletrificados. Se por um lado a eletrificação ainda não chegou com força total ao dia a dia das oficinas, por outro, o setor já começa a lidar com um gargalo que pode comprometer seu avanço: a escassez de profissionais preparados para atuar na manutenção de veículos híbridos e elétricos. Estudos recentes indicam que esse descompasso entre a evolução tecnológica da frota e a formação técnica da mão de obra não só já é realidade como tende a se intensificar nos próximos anos.

A questão ganha relevância adicional quando observamos o potencial econômico desse mercado. Estimativas apontam que o segmento de manutenção de veículos eletrificados pode movimentar cerca de R\$ 5 bilhões por ano até o fim da década, impulsionado pelo crescimento da frota e pela maior complexidade dos sistemas embarcados.

Coordenador de Assistência Técnica da Nakata, Leandro Leite compartilha dessas projeções e aponta que a marca espera um ganho de escala consistente no decorrer dos próximos cinco anos. “Esse cenário reforça que o processo de preparação não deve ser adiado. Oficinas e reparadores

que investirem desde já em capacitação técnica, ferramentas adequadas e atualização sobre novas tecnologias estarão mais bem posicionados para atender a essa demanda à medida que ela se consolida no mercado independente”, opinou o executivo.

Embora o movimento de preparação prévia apontado por Leite seja considerado por muitos o ideal, a impressão de grande parte do mercado é de que a formação técnica, em geral, não tem evoluído na velocidade adequada. Levantamentos apontam que, mesmo em regiões com oferta de cursos voltados à eletroeletrônica, como institutos federais e unidades do Senai, apenas cerca de 20% dos formandos estão efetivamente aptos a atuar com veículos eletrificados.

Diante desse cenário, especialistas defendem uma atuação coordenada entre empresas e setor público, com foco na requalificação de profissionais, parcerias com instituições de ensino, aquisição de equipamentos de diagnóstico e ampliação de certificações específicas para atuação em sistemas de alta tensão.

A mudança no perfil técnico exigido também ajuda a dimensionar o desafio. Se, por um lado, veículos híbridos e elétricos reduzem intervenções mecânicas tradicionais, por outro exigem domínio de sistemas como BMS (Battery

Management System), inversores, gerenciamento térmico e unidades de controle eletrônico. Nesse contexto, sistemistas, fabricantes de autopeças e fornecedores de tecnologia têm acompanhado de perto a evolução do cenário e, em alguns casos, antecipado movimentos para mitigar o problema. Na visão do Gerente de Marketing e Comunicação da ZF América do Sul, Andreas Potenza, a escassez já faz parte da realidade do setor. “A escassez de mão de obra qualificada é uma realidade no setor de reparação automotiva e tende a se intensificar com a chegada de novas tecnologias. Pesquisas recentes mostram que a falta de profissionais capacitados figura entre as principais dores das oficinas, impactando diretamente a eficiência e a competitividade dos negócios”, corrobora.

Ainda segundo o executivo, o desafio vai além da formação

tradicional do mecânico. A eletrificação exige evolução do perfil profissional e da própria estrutura das oficinas. “Esse movimento ganha ainda mais relevância com a eletrificação da frota, que exige preparação mais ampla, envolvendo não apenas mecânicos, mas também profissionais de elétrica, climatização, funilaria e até operadores de remoção. Trata-se de um ecossistema que precisa evoluir de forma integrada, especialmente no que diz respeito à estrutura física das oficinas às práticas de segurança, uso de EPIs e procedimentos técnicos para atuação em sistemas de alta tensão”, acrescenta Potenza. Na Bosch, a leitura é de que o setor já começou a se movimentar, ainda que em ritmo gradual. Chefe de Serviços Automotivos da Bosch para a América Latina, Diego Riquero destaca que a presença desses



Foto: Shutterstock

Serviços exigem domínio de sistemas como BMS (Battery Management System), inversores, gerenciamento térmico e unidades de controle eletrônico

ROLES E RPR

a melhor solução em
autopeças e motopeças



+ DE 40 MIL PRODUTOS EM PORTFÓLIO



MELHORES MARCAS DO MERCADO



ENTREGA EM TODO BRASIL



E MUITO MAIS



BOSCH

cofap



LUK



FAG

SCHAEFFLER

MAHLE

M BEHR
METAL LEVE

SABO

SKF

viemar
AUTOMOTIVE



SPICER



MERITOR



MONROE
AMORTECEDORES
AXIOS

AMPRI

Continental

DAYCO
MOLEFORMAS ALIVIA

SAMPEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

TIMKEN

URBA

Valeo



Roles: 0800 020 0300
RPR: 0800 040 0300



Roles Autopeças
RPR Motopeças



roles.com.br
rpr.com.br

Com mais de **40 mil produtos** das melhores marcas do mercado, a **Roles** e a **RPR** estão sempre perto de você, com filiais distribuídas por todo o Brasil. E nosso atendimento especializado e agilidade, garantem a solução que você precisa para fortalecer seu estoque e o seu negócio.

Aponte sua câmera para o **QR CODE** e **Compre Online**.



ROLES



RPR



JUNTOS FAZEMOS MELHOR



JUNTOS VAMOS MAIS LONGE

veículos no mercado já começa a se refletir na demanda por serviços fora das concessionárias. Em tom otimista quanto à capacidade do mercado independente absorver essa

demanda por manutenção e reparo, o executivo defende as ações concretas que têm sido tomadas para preparar o mercado e contemporiza a ideia de que o setor não está

preparado para esse avanço. “O segmento de reparações automotivas no Brasil sempre esteve presente para se desenvolver e oferecer soluções. Na medida em que a frota de

veículos eletrificados crescer, mais oficinas entrarão ou aumentarão sua oferta de serviços”, afirma Riquero. Já na avaliação da Schaeffler, o enfrentamento desse gargalo

O que os fabricantes fazem para preparar os reparadores para a eletrificação

BOSCH

A Bosch tem atuado na frente de capacitação técnica como uma das respostas ao desafio de preparar o aftermarket para a chegada dos veículos eletrificados. O movimento não é recente. Em 2017, a empresa lançou, em seu Centro de Treinamento, o primeiro curso técnico no país voltado especificamente aos veículos híbridos e elétricos. Desde então, a estrutura foi ampliada e hoje a companhia trabalha com uma trilha de formação dividida em três níveis, acompanhando o grau de complexidade das tecnologias envolvidas. O primeiro é voltado à introdução dos sistemas eletrificados, com foco em características técnicas, normas de segurança e serviços básicos. No nível intermediário, os cursos avançam para intervenções em componentes específicos. Já no nível mais avançado, o foco recai sobre procedimentos técnicos ligados a baterias de alta tensão.

De forma geral, o público desses treinamentos é composto por profissionais que já atuam no setor e buscam se aprofundar nesse novo campo, o que reforça a leitura de que o desafio não está apenas na formação de novos técnicos, mas também na requalificação da mão de obra existente. Os cursos são oferecidos ao mercado de forma ampla, com condições diferenciadas para oficinas que fazem

parte da rede Bosch Service, estratégia que ajuda a ampliar o alcance das iniciativas dentro do ecossistema de reparação.



Diego Riquero destaca que eletrificados já começam a demandar serviços fora das concessionárias

ZF

A ZF Aftermarket também tem avançado na capacitação dos profissionais da reparação como forma de acompanhar a evolução tecnológica do setor. No caso dos veículos eletrificados, o entendimento é de que a preparação precisa ir além da mecânica tradicional, incorporando conhecimentos sobre sistemas como baterias de alta tensão, motores elétricos, inversores e infraestrutura de recarga.

Um dos principais instrumentos dessa estratégia é o programa ZF [pro]Amigo, criado em 2017 e que hoje se consolidou como uma das maiores plataformas de qualificação do setor no país. A iniciativa reúne mais de 150 treinamentos, soma mais de 13 milhões de visualizações e conta com cerca de 40 mil profissionais cadastrados, com conteúdos voltados à prática do dia a dia das oficinas.

A plataforma vem incorporando, de forma progressiva, conteúdos ligados à eletrificação. Os materiais são organizados em etapas que vão desde conceitos básicos e a evolução das tecnologias até o funcionamento dos diferentes tipos de veículos eletrificados e seus sistemas.

Mais recentemente, o programa passou por uma ampliação relevante. Em 2026, a ZF adicionou 48 novos treinamentos à sua grade, distribuídos entre áreas como mecânica, logística, vendas e gestão, um movimento que reflete a necessidade de preparação não apenas técnica, mas também operacional das oficinas diante das transformações do setor.

Segundo a empresa, a preparação da reparação envolve uma adaptação mais ampla do ecossistema de reparação. Ou seja, não basta apenas formar reparadores, é preciso também promover adequações na estrutura das oficinas, com atenção a práticas de segurança, uso de EPIs e procedimentos específicos para atuação em sistemas de alta tensão.



Andreas Potenza avalia que eletrificação exige evolução do profissional e da estrutura das oficinas



passa necessariamente pela combinação entre tecnologia e suporte ao reparador. Vice-presidente Sênior de Aftermarket Automotivo da empresa para a América do Sul, Rubens Campos

aponta que a digitalização será um dos pilares dessa transformação. Segundo ele, a atuação dos fabricantes de componentes automotivos tem papel relevante no processo e a estratégia

da companhia tem sido atuar como facilitadora desse processo, reduzindo a complexidade da operação na ponta. Para isso, a empresa investe em suporte técnico remoto, ferramentas de

diagnóstico e conteúdos educativos em diferentes formatos, além do desenvolvimento de kits de reparo que simplificam a manutenção de sistemas cada vez mais sofisticados.

SCHAEFFLER

A empresa tem ampliado sua oferta de treinamentos voltados à manutenção de veículos híbridos e elétricos, integrando esses conteúdos a uma estrutura mais ampla de suporte ao reparador.

Um dos principais canais dessa atuação é o espaço Super Dicas REXPART, que reúne treinamentos frequentes com especialistas e aborda desde sistemas tradicionais até as novas tecnologias eletrificadas. A proposta é acompanhar a evolução do portfólio das marcas do grupo – LuK, INA, FAG e Schaeffler Vitesco – e traduzir esse avanço em conhecimento aplicável no dia a dia das oficinas.

Nos últimos anos, a estratégia foi ampliada com a criação da divisão Vehicle Lifetime Solutions (VLS) e a integração da Schaeffler Vitesco, o que permitiu incorporar ao aftermarket componentes de maior complexidade, como sensores NOx e unidades de controle de transmissão. Com isso, o foco da capacitação também passou a incluir sistemas eletrônicos e de controle, cada vez mais presentes nos veículos eletrificados.

Além dos treinamentos, a empresa tem investido em suporte técnico remoto, ferramentas de diagnóstico e conteúdos educativos em diferentes formatos, como guias, vídeos e atendimento em tempo real. A ideia é reduzir erros de aplicação e facilitar

a execução de reparos em sistemas mais complexos. Outro eixo dessa atuação está na oferta de soluções que simplifiquem a operação na ponta, como kits de reparo completos e ferramentas específicas com design modular. A leitura é de que, diante da crescente complexidade dos veículos, a capacitação precisa vir acompanhada de recursos que tornem o processo mais acessível e seguro para o reparador.



Para Rubens Campos, a digitalização será um dos pilares da transformação no mercado

NAKATA

A Nakata também passou a incorporar o tema da eletrificação em sua agenda de capacitação, acompanhando o avanço da frota e as mudanças no perfil técnico exigido no aftermarket. Nos últimos anos, a empresa incluiu conteúdos específicos sobre veículos híbridos e elétricos em sua grade de treinamentos, com foco na preparação gradual dos profissionais do aftermarket.

Entre as iniciativas mais recentes está o lançamento de um treinamento dedicado à eletrificação veicular, que aborda desde conceitos fundamentais e arquitetura dos sistemas até normas técnicas e requisitos de infraestrutura necessários para a manutenção desse tipo de veículo. O conteúdo é direcionado principalmente a mecânicos e profissionais do varejo de autopeças que buscam se familiarizar com o tema e entender como atender essa nova demanda com segurança. Além disso, a empresa tem adaptado suas palestras técnicas tradicionais, voltadas a sistemas como suspensão, direção e transmissão, para incluir as particularidades dos veículos eletrificados. Essa atuação se insere em uma estratégia mais ampla dentro da Frasl Mobility, grupo do qual a Nakata faz parte, que reúne diferentes marcas e mantém uma diretriz contínua de investimento em capacitação técnica. Ao longo de 2025, mais de 18 mil profissionais foram treinados por meio de iniciativas que combinam formatos presenciais e digitais.



Leandro Leite reforça que o processo de preparação não deve ser adiado

Acesse o nosso **Catálogo Eletrônico Fraga** do seu computador, smartphone ou tablet.

Ou acesse: catalogo.corteco.com.br



#CortecoComVocê

clique e acesse

SAIBA MAIS SOBRE A CORTECO:



Assistência Técnica e Garantia:

11 95033-8899

08000 194 111

cortecocomvoce@corteco.com.br

www.corteco.com.br

a brand of

FREUDENBERG-NOK

SELEÇÃO CORTECO

ITENS CAMPEÕES

QUE CONQUISTARAM OS REPARADORES E MECÂNICOS PELA
QUALIDADE, DURABILIDADE E PERFORMANCE COMPROVADAS.



CORTECO®

VIES

Março de 2022 a 2026

A pesquisa VIES compara o desempenho mensal do abastecimento, preço, venda e compra no varejo de autopeças, tomando como referência o mesmo mês em anos anteriores. Essa edição apresenta os resultados de fevereiro de 2022 a 2026

BRASIL

O cenário nacional do Aftermarket Automotivo apresentou flutuações significativas entre 2022 e 2026. O ano de 2022 foi marcado por retrações profundas na maioria dos índices. Nos anos seguintes, observou-se uma acomodação gradual do

mercado, com o problema de abastecimento persistindo em patamares menores, enquanto as vendas e compras registraram seu pior desempenho em 2025.

Abastecimento: pior resultado em 2022 (-10,73%), estabilizando em torno de -4,48% em 2026.

Preços: pico de alta em 2022 (6,46%), com oscilações e encerrando em 2,89% em 2026.

Vendas: queda mais acentuada em 2025 (-5,29%), com recuperação parcial para -1,93% em 2026.

Compras: maior retração em 2025 (-5,48%), retornando a -1,68% no último ano do período.

NORTE

A região Norte apresentou os cenários mais extremos em termos de abastecimento, mas destacou-se por ser a única com resultado positivo em compras em 2024.

Abastecimento: maior queda em 2022 (-18,17%) e nova retração forte em 2025 (-8,56%).

Preços: pico de 6,61% em 2022, mantendo-se acima de 2,2% nos demais anos, exceto em 2024.

Vendas: forte retração em 2022 (-10,51%), com melhora para -0,94% em 2026.

Compras: único resultado positivo regional em 2024 (4,54%).

NORDESTE

O Nordeste apresentou um comportamento misto, com destaque para a recuperação das vendas, que atingiram campo positivo em dois momentos do período.

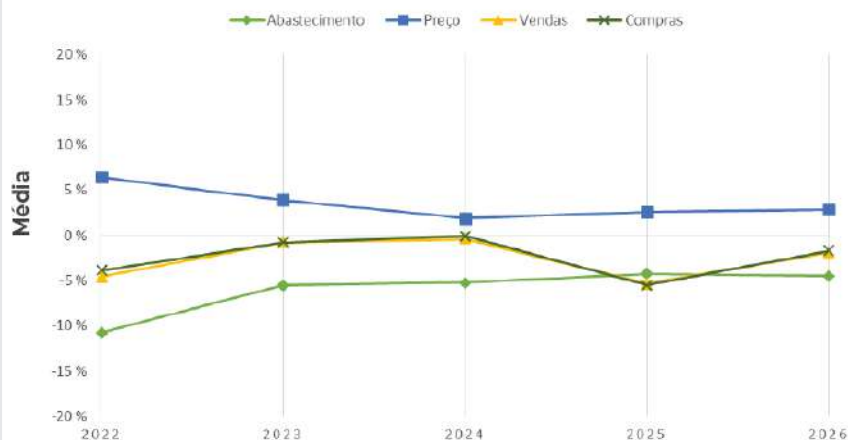
Abastecimento: retração inicial de -16,35% em 2022, apresentando o melhor índice regional em 2025 (-1,97%).

Preços: alta de 4,85% in 2022, com nova elevação para 3,08% em 2025.

Vendas: resultados positivos em 2024 (1,08%) e 2026 (0,04%).

Compras: predominantemente negativo, com queda acentuada em 2025 (-7,64%).

Comportamento das variáveis Brasil

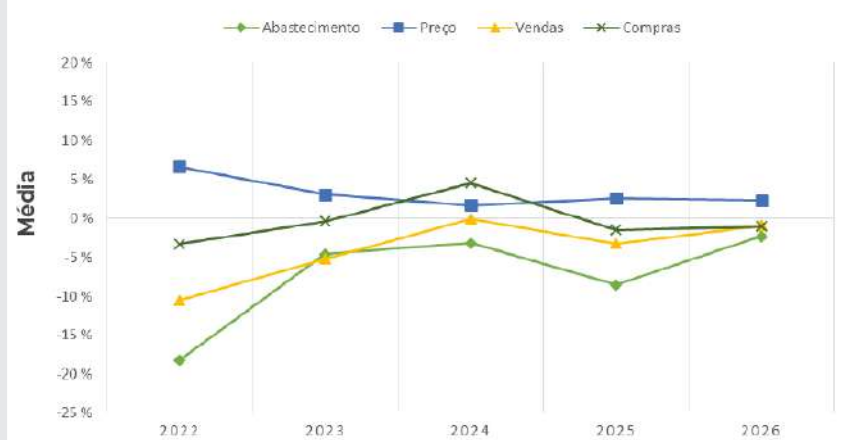


VIES

Fonte: AFTERLAB

Fonte: After.Lab

Comportamento das variáveis Norte



VIES

Fonte: AFTERLAB

Fonte: After.Lab



CENTRO-OESTE

A região Centro-Oeste demonstrou uma volatilidade particular, com oscilações consideráveis no abastecimento e nos preços ao longo do período.

Abastecimento: forte retração em 2022 (-15,37%), com melhoria gradual até atingir -3,80% em 2026.

Preços: picos em 2022 (4,69%) e 2025 (4,26%).

Vendas: maior queda em 2025 (-5,25%), aproximando-se da estabilidade em 2026 (-0,43%).

Compras: oscilações constantes, com o resultado mais negativo em 2025 (-5,60%).

(-8,40%) e 2024 (-6,04%).

Preços: altas moderadas, com pico em 2022 (5,75%) e 2023 (4,95%).

Vendas: queda expressiva em 2025 (-6,97%), moderando para -3,86% em 2026.

Compras: forte retração em 2025 (-7,01%).

SUL

A região Sul caracterizou-se por um pico inflacionário em 2022, seguido por uma estabilização gradual com breves momentos de crescimento em vendas e compras.

Abastecimento: queda de -7,38% em 2022, mantendo estabilidade relativa em 2026 (-1,81%).

Preços: maior crescimento nacional em 2022 (10,40%).

Vendas: resultado positivo em 2024 (2,03%), mas retornando à queda em 2025.

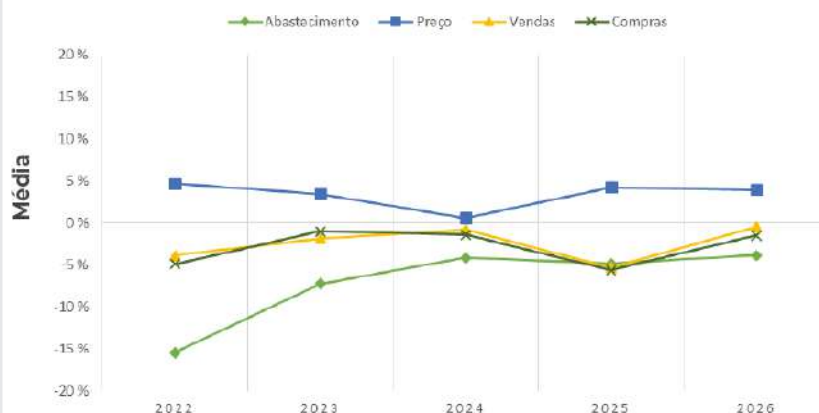
Compras: recuperação em 2023 e 2024, mas voltando ao campo negativo em 2026 (-0,49%).

SUDESTE

O Sudeste apresentou índices de abastecimento consistentemente negativos e uma forte retração nas vendas e compras no ano de 2025.

Abastecimento: consistentemente negativo, com a maior queda em 2022

Comportamento das variáveis Centro-Oeste

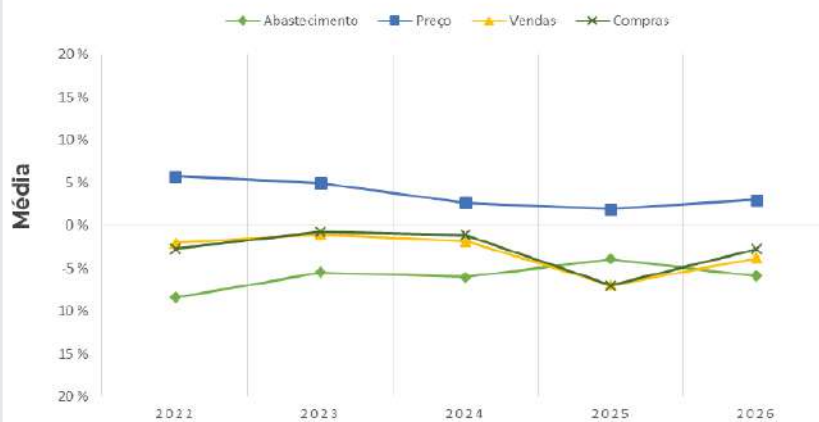


VIES

Fonte: AFTERLAB

Fonte: After.Lab

Comportamento das variáveis Sudeste

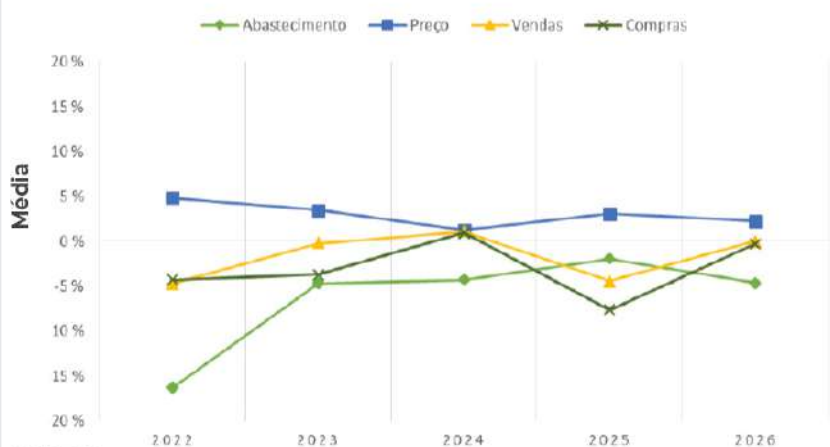


VIES

Fonte: AFTERLAB

Fonte: After.Lab

Comportamento das variáveis Nordeste

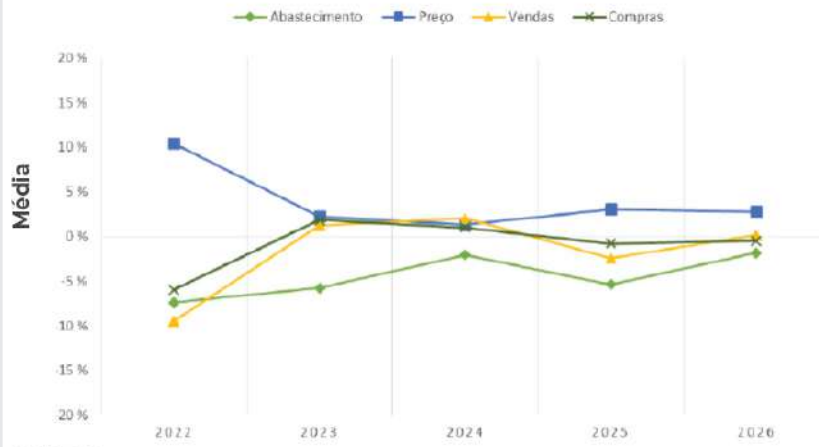


VIES

Fonte: AFTERLAB

Fonte: After.Lab

Comportamento das variáveis Sul



VIES

Fonte: AFTERLAB

Fonte: After.Lab

Destaques de abastecimento e preços – março/2026

Em março de 2026, os varejistas indicaram o sistema de suspensão e a vela de ignição como os componentes com maior dificuldade de abastecimento, ambos mencionados por 8,41% dos respondentes. No que diz respeito aos preços, o sistema de suspensão lidera a percepção de maiores aumentos, sendo apontado por 11,70% dos varejistas, seguido pelo óleo lubrificante com 10,64%.

O sistema de suspensão se destaca simultaneamente entre os principais problemas de abastecimento e de elevação de preços neste mês, sinalizando pressões específicas nesta categoria.

ARTIGO

Por Luiz Marins

A diferenciação por atributos irrelevantes

Três especialistas em marketing, Gregory S. Carpenter, Rashi Glazer e Kent Nakamoto escreveram um artigo no Journal of Marketing Research, que chamou muito a atenção de todos os estudiosos de marketing.

No artigo eles mostraram que, diferentemente do que muitos especialistas em estratégia e marketing acreditam, muitas marcas e produtos obtêm a preferência dos clientes e do mercado por atributos irrelevantes e que pouco têm a ver com qualidade ou outros atributos intrínsecos. Assim, dizem eles que o design, as cores, a embalagem, o posicionamento ou mesmo pequenos detalhes irrelevantes fazem uma enorme diferença na preferência dos clientes por este ou aquele

produto ou mesmo serviço.

Desde que a General Motors conquistou clientes por produzir carros coloridos em vez dos somente pretos da Ford, essa diferenciação por atributos irrelevantes vem sendo estudada e utilizada por marcas vencedoras.

Dois pesquisadores da Universidade do Texas, Susan M. Broniarczyk e Andrew D. Gershoff mostraram que a diferenciação por atributos irrelevantes é importante mesmo quando os consumidores têm consciência de que esses atributos nada têm a ver com a qualidade do produto ou características de conteúdo.

São inúmeros os exemplos da preferência do consumidor por produtos com um design mais

atraente, com uma embalagem mais prática, com cores agradáveis e mesmo com a maneira como o produto é posicionado nas gôndolas dos supermercados, por exemplo.

Assim, é preciso lembrar que tão importante quanto a qualidade de um produto ou serviço é como esse produto ou serviço é percebido pelo mercado e pelos clientes. Não basta, portanto, um produto ter qualidade insuperável se a forma como ele é percebido pelo mercado não atrair, agradar e merecer a preferência dos clientes potenciais.

Peter Drucker (o pai da administração moderna) já dizia que qualidade é o cacife para você sentar à mesa do jogo e começar a jogar. Sem qualidade, a

empresa estará fora do mercado, afirmava ele.

Este tema é importante porque muitas empresas reclamam ter os melhores produtos de sua categoria mas não conseguem a preferência dos consumidores. Concorrentes com qualidade inferior e preços similares acabam sendo os líderes de mercado, dizem elas.

Pense se a preferência dada aos seus concorrentes não está na diferenciação por atributos irrelevantes.

Pense nisso. Sucesso!

Luiz Marins é antropólogo, escritor, palestrante
(www.marins.com.br)

AUTHOMIX 20
ANOS

**LAN
ÇA
MEN
TO**

PESADOS

LEVES

Atuador e Cilindro de Embreagem



*imagem meramente ilustrativa

Projetados para garantir engates suaves, maior durabilidade e resposta precisa do sistema de embreagem, os produtos chegam para fortalecer o portfólio do lojista e oferecer mais qualidade e desempenho para os reparos da oficina.



**Fabricados
com alta
tecnologia
industrial**



**Maior controle
dimensional e
acabamento
superior**



**Máxima
confiabilidade,
com testes 100%
individuais**



**Foco na
performance,
seguindo normas
internacionais**



Acesse o site e saiba mais
sobre este lançamento:
authomix.com.br


[authomix](http://authomix.com.br)

Acesse o site e confira
authomix.com.br

Importação preocupa indústria de pneus

Setor amarga três anos consecutivos em queda, com destaque negativo para o mercado de reposição em 2025

Assim como qualquer outro componente de alto giro, o pneu na maioria das vezes não é trocado por impulso — depende de necessidade. É técnico, previsível e, até certo ponto, inadiável. Por isso mesmo, quando esse produto começa a perder tração, o sinal que emite vai além de sua própria linha.

Os dados mais recentes da ANIP - Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos reforçam essa leitura com clareza desconfortável. Em 2025, o setor acumulou queda de 5,8% nas vendas totais, atingindo 37,7 milhões de unidades — o terceiro recuo anual consecutivo. O fornecimento para montadoras, tradicionalmente mais volátil e diretamente atrelado ao ritmo da produção automotiva, apresentou retração mais moderada, entre 3% e 4%. Bem mais sofrível foi o desempenho do mercado de reposição, que encolheu 7,5% no período: 25,3 milhões de unidades comercializadas, 2,3 milhões a menos que no ano anterior.

O início de 2026 não trouxe alívio. Em janeiro, segundo a ANIP, as vendas totais recuaram mais de 10%, mantendo a trajetória de enfraquecimento.

Ainda que o dado consolidado não discrimine com o mesmo detalhe os canais, a tendência observada ao longo de 2025 sugere que o mercado de reposição continua sendo o elo mais sensível — e, portanto, o principal fio condutor da preocupação.

A explicação mais imediata poderia apontar para fatores clássicos — renda pressionada, crédito mais seletivo, cautela do consumidor. Mas, desta vez, o principal vetor parece estar na oferta. A própria ANIP chama atenção para o avanço consistente das importações, sobretudo de origem asiática, com preços que frequentemente desafiam a lógica de custo da produção nacional.

O efeito é particularmente agudo no Aftermarket Automotivo. Diferentemente do fornecimento às montadoras — em que há contratos, especificações técnicas rígidas e barreiras de entrada mais elevadas — o mercado de reposição é mais exposto, fragmentado e sensível ao preço. É nele que o produto importado encontra menos resistência e maior velocidade de penetração.

Esse deslocamento tem consequências diretas no AA. O pneu, que tradicionalmente

funciona como porta de entrada para uma série de serviços e vendas complementares, perde parte de sua capacidade de gerar valor. Quando o consumidor opta por um produto mais barato — muitas vezes fora dos canais tradicionais — ou simplesmente adia a troca, o impacto se espalha. Alinhamento, balanceamento, componentes de suspensão e freios: tudo entra na mesma lógica de postergação. O fluxo diminui, o ticket médio se comprime e a previsibilidade, um dos ativos mais valiosos do setor, começa a falhar.

Há, nesse movimento, uma contradição. O Brasil segue com uma frota envelhecida, o que, em tese, sustentaria o crescimento contínuo da reposição. A necessidade existe, e em escala crescente. No entanto, os números mostram que essa demanda não está se convertendo integralmente em receita para a cadeia tradicional. Parte dela migra para produtos importados de menor valor agregado, parte escapa para canais menos estruturados, e parte — talvez a mais preocupante — simplesmente deixa de acontecer no tempo certo.

O pneu, nesse contexto, deixa de ser apenas um item de

manutenção para se tornar um indicador de fricção. Ele revela um mercado que continua girando, mas sob novas regras: mais sensível a preço, menos fiel a canais e mais disposto a esticar o limite da manutenção. Para os centros automotivos, isso significa operar em um ambiente onde vender já não é o principal desafio — capturar valor é.

É, portanto, justamente nesse território — o da reposição — que o sinal de alerta está mais forte. Porque, se até a demanda mais previsível começa a oscilar, a questão deixa de ser conjuntural. Passa a ser estrutural. A questão que emerge não é se o aftermarket continuará relevante. Os fundamentos que o sustentam permanecem intactos. A dúvida é outra, mais estratégica: em uma cadeia pressionada por importações, com margens comprimidas e comportamento de consumo em transformação, quem conseguirá preservar rentabilidade? Porque, se até o pneu — o mais básico e inevitável dos produtos — começa a perder ritmo, talvez o problema não esteja na demanda que falta, mas na percepção de valor pelo dono do carro.

ANIP alerta para anomalias resultantes da entrada de produtos asiáticos sem o devido controle



Foto: Shutterstock



Produto brasileiro tem queda histórica e setor pede socorro

A indústria brasileira de pneus produziu, em 2025, 2,3 milhões de unidades a menos frente ao ano anterior, segundo os dados da ANIP. O resultado negativo foi puxado especialmente pela queda de 7,5% no mercado de reposição. “As importações de pneus vindos da Ásia seguem afetando duramente a indústria nacional, com produtos que entram no país muitas vezes a valores abaixo do custo de produção, entre outras inconformidades, como apontam investigações no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços”, diz Rodrigo Navarro, presidente da ANIP.

Nos carros de passeio, principal fatia do mercado, as vendas dos pneus produzidos no país registraram retração de 5,4%,

pressionadas por uma queda de 7,2% na reposição e um encolhimento 1,8% nas vendas para montadoras. “Nitidamente o problema central está no mercado de reposição para automóveis leves. Aqui a importação está causando desequilíbrio importante. O Brasil tem mecanismos de investigação para tratar importações com dumping, mas têm processos muito demorados e custosos. Estamos trabalhando junto ao Governo para termos medidas que assegurem de forma mais célere e eficaz uma competição justa, não só no quesito custo, mas também no cumprimento de normas ambientais e de conformidade técnica. Estamos falando, afinal, de um item de segurança para consumidores e com um ecossistema estratégico para o país”,

aponta Navarro.

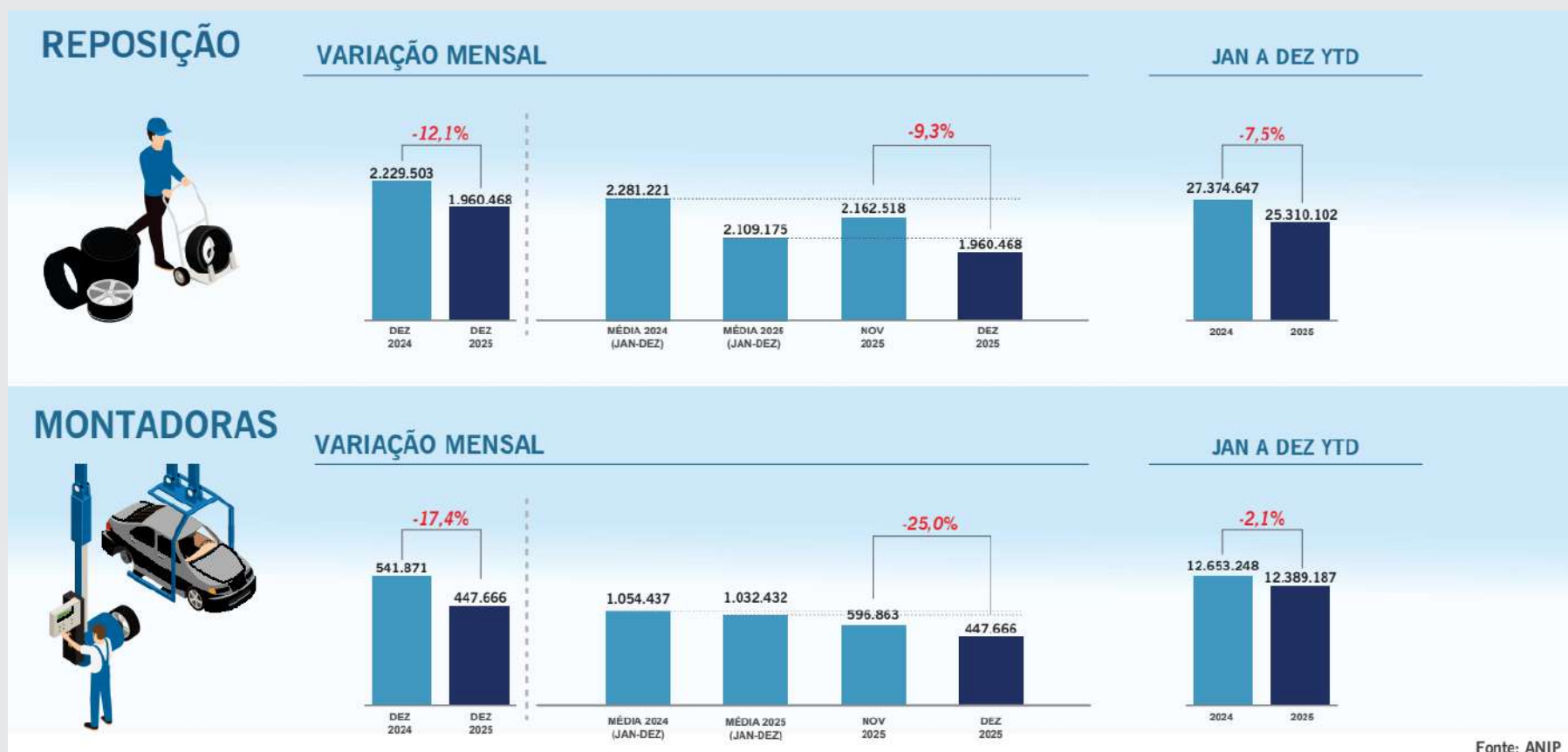
O mercado de pneus de carga também fechou 2025 em queda. Foram 6,1 milhão de unidades comercializadas contra 6,7 milhões em 2024, consolidando uma queda de 7,7%. Já as vendas de pneus nacionais para motocicletas, no mercado de reposição, recuaram de 11,3% no comparativo com 2024.

“Em todas as frentes detectamos efeitos negativos que estão deteriorando o mercado e criando problemas estruturais para a indústria. Vamos mudar isso em 2026”, diz Navarro.

A ANIP aponta que esse desequilíbrio estrutural derrubou a participação da indústria brasileira de pneus ao longo dos últimos anos. Em 2020, ela respondia por 73% das vendas no mercado doméstico e os

importados detinham 27% de participação. Este número se inverteu. Em 2025, a indústria nacional respondeu por 41% das vendas e os importados ficaram com 59% de participação.

Navarro diz que a situação está se tornando insustentável para atores importantes no complexo industrial brasileiro. “Os produtores de borracha natural, por exemplo, estão avaliando mudar de atividade e o Brasil pode perder capacidade de produção. Somos um país de modal rodoviário. É fundamental termos um ecossistema produtivo pronto para atender a demanda. Demoramos décadas para construir uma cadeia produtiva completa de pneus no Brasil e agora estamos colocando todo este esforço em risco”, aponta o dirigente.



O que a ANIP pede ao MIDIC

Para estancar a sangria, a ANIP enviou ao MDIC um manifesto multissetorial em que pede providências urgentes para buscar reverter a situação atual. O documento alerta que toda a cadeia de produção do setor está sendo duramente afetada por produtos importados que chegam ao país em alto volume, incluindo situações com preços inferiores aos custos de produção no mercado internacional e sem cumprir as exigências ambientais previstas na legislação brasileira (segundo dados do IBAMA, há 15 anos seguidos, parte dos importadores não cumpre as metas de recolhimento de pneus inservíveis, acumulando 500 mil toneladas não retiradas do meio ambiente). O manifesto aponta degradações do mercado envolvendo externalidades que desequilibram a competitividade da indústria nacional. Entre os problemas centrais estão:

- Assimetria de preços: aumento das importações de produtos acabados, especialmente de origem asiática, com preços muitas vezes, abaixo do custo das matérias-primas, como comprovam casos envolvendo medidas antidumping tratados pelo Governo Federal;
- Instabilidade tarifária: reduções de imposto de importação em determinados períodos, como no caso dos pneus de carga, cuja alíquota foi reduzida a 0% entre 2021 e 2023;
- Pressão cambial: câmbio sazonal mais favorável para a importação, como vem ocorrendo desde os últimos meses de 2025;
- Desvio de comércio: consequência de medidas adotadas por outros países e não acompanhadas em mesma velocidade e intensidade pelo Brasil, a exemplo do México, que elevou em 2025 o imposto de importação de pneus para 35%, redirecionando fluxos excessivos para o mercado brasileiro.

- Passivo ambiental: não cumprimento por importadores de metas ambientais estabelecidas em lei, conforme os relatórios do IBAMA que indicam que a grande maioria dos importadores de pneus não cumprem essas metas há 15 anos seguidos, gerando um passivo ambiental acumulado de 500 mil toneladas entre 2011 e 2025.

Para enfrentar esta situação, a ANIP e entidades que assinam o manifesto pedem medidas urgentes do Governo Federal. Entre elas, estão:

- 1. Controle de entrada:** Licenciamentos Não Automáticos (LNAs) com base em valores internacionalmente praticados; em análise documental detalhada (antifraude); e de comprovação de cumprimento de metas ambientais estabelecidas; além destas, medidas de salvaguarda cabíveis, conforme determinado pelo Governo.
- 2. Proteção imediata:** celeridade na análise e adoção de direito provisório nas investigações antidumping em curso.
- 3. Compras públicas sustentáveis:** estímulo nas compras governamentais e em linhas de financiamento para pneus com conteúdo local significativo e que efetivamente cumpram com a legislação ambiental e de conformidade técnica vigente.
- 4. Isonomia tarifária:** adoção pelo Brasil de medidas tarifárias alinhadas com aquelas praticadas por outros países com base industrial forte.
- 5. Fomento à matéria-prima local:** implementação da Política de Estímulo à Produção da Borracha no Brasil, atualmente em fase final de elaboração por parte do Governo Federal.





Entre nessa você também. Faça parte do Aftermarket Automotivo Comunidade no WhatsApp!

Tenha acesso a notícias e informações em tempo real, direto das redações do **Novo Varejo Automotivo, Mais Automotive e A.TV.**

Buscamos sempre estar um passo à frente ao trazer análises abrangentes sobre novidades e tendências, fornecendo insights valiosos para que você possa tomar decisões baseadas em informação de qualidade.

Como curadores de conteúdo e administradores da comunidade, nos comprometemos a utilizar os recursos de privacidade para proteger os dados de todos os participantes.

CLIQUE E PARTICIPE



a.tv



A Guerra das Prateleiras: conflito de canais e os caminhos para o crescimento sustentável

De norte a sul do Brasil, se pudéssemos elencar a principal reclamação dos proprietários de lojas de autopeças, ela seria unânime: "Estou perdendo vendas para as distribuidoras". Por outro lado, ao ouvirmos os setores comerciais das distribuidoras, a crítica se inverte: "Meus fornecedores estão vendendo direto para os meus clientes". Esse fenômeno, embora comum em outros segmentos, ainda soa estranho no mercado de reposição. Como o setor é pautado historicamente por relacionamentos e conexões pessoais, o tema acaba se tornando espinhoso. No entanto, o fato é concreto: o conflito de canais existe e se intensificou drasticamente nos últimos anos. Mas isso não é necessariamente ruim, ao menos para quem está preparado e consciente do fenômeno. Quando ingressei no mercado de autopeças, fui apresentado à tradicional "cascata" do setor: o fabricante produz, o distribuidor compra em grandes volumes e resolve a complexa logística brasileira, o varejo imprime velocidade e capilaridade no atendimento e,

na ponta final, o mecânico seleciona e instala o produto. Todos no trade cumpriam um papel claro e central, o que justificava cada etapa do processo até que a mercadoria chegasse ao veículo. Ocorre que, atualmente, o valor entregue por cada agente foi modificado. Muitos fabricantes atuam hoje apenas como detentores de marca; a diversificação da frota e o custo de capital inviabilizaram estoques gigantescos em todas as curvas de demanda; as lojas físicas cresceram e se transformaram em redes; e até o dono do carro passou a ter voz na decisão de compra. Adicionalmente, barreiras do passado foram derrubadas pela tecnologia. Se antes comprar de uma distribuidora exigia dias de cadastro, chamadas telefônicas e espera por rotas fixas de entrega, hoje o B2B resolve tudo em poucos cliques. Paralelamente, a jornada de compra do mecânico, que antes exigia "bater perna" de loja em loja, tornou-se muito mais ágil, já que grandes varejistas expandiram seus estoques e centros de distribuição. Toda essa transformação torna a tarefa de

definir "quem é o quê" uma missão complexa. Naturalmente, o cliente busca a melhor solução para suas necessidades (não quer saber se será através de fulano ou ciclano), e as fronteiras entre modelos de negócios que antes eram distintos e complementares tornaram-se turvas. Por outro lado, o consumidor final acaba beneficiado por esse aumento de competitividade e pelas melhores condições de compra que surgem dessa nova dinâmica. Dados de mercado reforçam essa mudança. Em estudo publicado em julho de 2025, a Aftermetrics identificou que 43,1% das compras das oficinas mecânicas no Brasil são supridas por distribuidores (empresas sem showroom de atendimento). Enquanto isso, 39,3% das compras ocorrem no varejo tradicional e 15,5% nos chamados "atacarejos". Todavia, dada a grandeza geográfica e as diferenças culturais do Brasil, essas participações são heterogêneas. Nas regiões Norte e Sul, os atacarejos já detêm uma fatia maior nas vendas aos mecânicos, enquanto nas demais regiões, os distribuidores lideram o fornecimento.

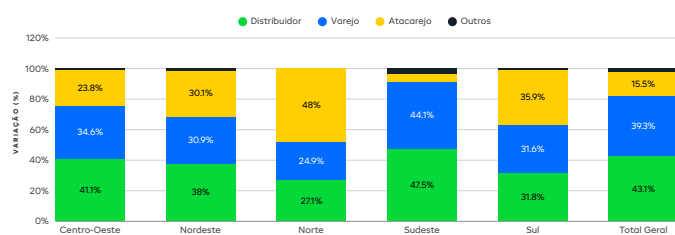
Nesse cenário, é fundamental que as empresas estabeleçam políticas comerciais claras, pautadas em volume de compra, sortimento e histórico de pagamento. Somente com transparência o mercado poderá evoluir de forma justa, sem melindres ou frustrações. Além do tripé básico (preço, prazo e crédito), as empresas precisarão

focar em diferenciais estratégicos: disponibilidade imediata, presença omnichannel (online e offline), experiência de compra, suporte técnico e agilidade em garantias. O futuro indica que será cada vez mais necessário incluir (ainda que indiretamente) o dono do carro nas estratégias comerciais. Com o avanço da conectividade, os veículos já "avisam" quais componentes precisam de reparo, e o proprietário, munido de informação, demonstra um interesse crescente por entender o que acontece sob o capô. O verdadeiro desafio não está em deter a evolução dos canais, mas sim encontrar o seu lugar e diferenciais estratégicos dentro dele. A chamada "Guerra das Prateleiras" não será vencida por um único agente que controle todas as etapas. Pelo contrário, o sucesso pertencerá àqueles que, como na seleção natural, se adaptarem melhor e compreenderem a transformação dos papéis de cada participante. No fim do dia, o mercado de reposição continuará sendo sobre conexões, mas agora, essas conexões precisam ser sustentadas por tecnologia, transparência e, acima de tudo, pela capacidade de gerar valor real para quem mantém o Brasil rodando. Quer ter acesso a mais análises estratégicas como esta? Siga a Fraga Inteligência Automotiva nas redes sociais e conheça nossas soluções:

- **Instagram/LinkedIn:** Fraga Inteligência Automotiva
- **WhatsApp:** (19) 97118-1895

Share por canal nas vendas para oficinas mecânicas

Participação % de cada canal nas compras das oficinas mecânicas



Fonte: Aftermetrics | Data de processamento 01/07/2025 | Amostras 387 oficinas | Nível de confiança 99% | Margem de erro 4,7%

Traga sua marca para nossos ambientes digitais



816 mil interações no site
+ de 166 mil usuários

270 mil impressões em redes sociais
+ de 135 mil contas alcançadas

Dados de março/25 a março/26

Clique e tenha acesso às nossas edições

Amplie sua visão sobre o presente e futuro do Aftermarket Automotivo

Estudo traduz em números reformatação do aftermarket

Relatório com base no mercado norte-americano aponta evolução e consequências das transformações disruptivas enfrentadas pela reposição, mudanças que se repetirão futuramente em escala quase global

Quanto maior a frota em circulação, maior a demanda por peças e serviços. A equação é, mais do que simples, lógica. Uma máxima que, mesmo nos dias atuais, permanece válida. Porém, sem a mesma previsibilidade que orientou as décadas anteriores. A relação direta entre volume e oportunidade vem se transformando e daqui pra frente a velocidade das mudanças tende a aumentar. O novo relatório da Schwartz Advisors expõe com clareza esse ponto de inflexão. Os dados mostram que o Aftermarket Automotivo não está encolhendo — está ganhando novas nuances. Hoje, cerca de 290 milhões de veículos leves circulam nos Estados Unidos, com idade média de 12,8 anos, um patamar historicamente elevado, impulsionado principalmente pelo encarecimento dos veículos novos, que no caso dos SUVs já se aproximam de US\$ 50 mil. À primeira vista, esse cenário reforça a tese clássica de crescimento: consumidores mantêm seus carros por mais tempo e, portanto, demandam manutenção. Mas a composição dessa frota revela uma dinâmica mais complexa.

O chamado “sweet spot” do aftermarket — veículos entre quatro e onze anos, tradicionalmente mais intensivos em manutenção — já representa apenas 41% da frota. Em outras palavras, o centro de gravidade

do mercado está se deslocando para veículos mais antigos, com padrões de consumo menos previsíveis, ciclos de manutenção mais longos e maior variabilidade técnica. O aftermarket continua aquecido, mas já não responde às mesmas lógicas de antes.

Essa mudança ganha ainda mais relevância quando observada à luz das projeções de longo prazo. O modelo da Schwartz Advisors aponta que a frota deve seguir crescendo, mas em ritmo moderado, cerca de 1% ao ano — o equivalente a aproximadamente três milhões de veículos adicionais. No entanto, esse crescimento perde fôlego a partir da década de 2040, quando a consolidação de modelos de mobilidade compartilhada e o avanço dos veículos autônomos começam

a reduzir a necessidade de propriedade individual. Pela primeira vez, surge no horizonte a possibilidade concreta de estabilização — ou até redução — da base sobre a qual o aftermarket se sustenta.

Diversidade

Mas é na composição dessa frota que reside a transformação mais profunda. O mercado deixa de ser homogêneo e passa a se fragmentar em múltiplas realidades. O relatório identifica a coexistência de nove tipos distintos de powertrain, incluindo motores a combustão, híbridos em diferentes configurações e veículos elétricos. Essa diversificação rompe uma premissa histórica do setor: a de que a demanda cresce de forma relativamente

uniforme. A partir de agora, ela se redistribui.

Os impactos dessa redistribuição já são mensuráveis. Componentes tradicionais, como velas de ignição, devem registrar queda de até 38% na demanda até 2050, refletindo a substituição progressiva por veículos eletrificados. Serviços como troca de óleo caminham para uma redução significativa, configurando uma ruptura direta em categorias inteiras de receita. Por outro lado, itens como pneus, suspensão e componentes de transmissão tendem a ganhar relevância, impulsionados pelo maior peso dos veículos elétricos e pelo torque instantâneo, que aumentam o desgaste. Mesmo sistemas como freios, que apresentam menor uso devido à frenagem



Foto: Divulgação

Diferentes soluções de powertrain já convivem na frota dos Estados Unidos



regenerativa, passam a incorporar maior valor agregado, compensando parcialmente a redução de volume.

Essa reconfiguração da demanda ocorre em paralelo a uma mudança igualmente estrutural no perfil de uso dos veículos. O relatório indica que entre 30% e 40% dos serviços atuais já estão associados a frotas — um número que tende a crescer com a expansão de modelos de delivery, mobilidade compartilhada e, no futuro, operações autônomas. Nesse contexto, o comportamento de consumo muda radicalmente. O cliente deixa de ser o motorista individual e passa a ser o operador profissional, que prioriza disponibilidade, eficiência e previsibilidade operacional. Menos sensibilidade a preço, mais exigência por desempenho contínuo.

A chegada gradual dos veículos autônomos reforça essa tendência. Embora representem ainda uma fatia pequena das vendas — com previsão de 1,8% em 2035 e cerca de 21% em 2050 —, seu impacto é desproporcional. Operando praticamente sem interrupção, esses veículos acumulam maior quilometragem em menos tempo, concentrando desgaste e redefinindo padrões de manutenção. Um único veículo pode substituir vários, alterando não apenas o volume, mas a dinâmica da demanda.

Transformação

Nesse novo cenário, a transformação não se limita aos produtos — ela atinge o próprio

centro de poder do aftermarket. Historicamente ancorado na distribuição de peças, o setor começa a migrar para um modelo em que o controle do serviço ganha protagonismo. Oficinas estruturadas, operadores de frotas e redes integradas passam a ocupar posições estratégicas, impulsionadas por movimentos de consolidação, entrada de capital financeiro e crescente digitalização da operação.

O que emerge não é um aftermarket menor, mas um aftermarket diferente. Um mercado em que crescimento e complexidade caminham juntos, e onde padrões históricos deixam de ser guias confiáveis. A principal conclusão do estudo é tão simples quanto disruptiva: não basta mais saber quantos veículos estão em circulação. É preciso entender quais são esses veículos, como são utilizados e o que exigirão ao longo de seu ciclo de vida. Não

bastará, portanto, acompanhar apenas o crescimento da frota — o desafio será acompanhar a transformação dela.

Os números que explicam a virada do aftermarket nos EUA

- **290 milhões de veículos leves**
Base atual do mercado nos Estados Unidos — ainda robusta, mas em transformação.
- **12,8 anos de idade média**
Frota mais velha da história recente, sustentando a demanda... com novas dinâmicas.
- **41% da frota no “sweet spot” (4 a 11 anos)**
Participação em queda — o centro do aftermarket está mudando.
- **+3 milhões de veículos por ano**
Crescimento projetado da frota, mas em ritmo moderado (cerca de 1% ao ano).
- **9 tipos de powertrain coexistindo**
Fragmentação estrutural da demanda: combustão, híbridos e elétricos dividem o mercado.
- **-38% na demanda por velas até 2050**
Exemplo claro do impacto direto da eletrificação.
- **-95% na troca de óleo**
Uma das maiores rupturas de receita do aftermarket tradicional.
- **Até +50% de desgaste em pneus (veículos elétricos)**
Peso e torque redefinem o consumo de componentes.
- **30% a 40% da demanda já vem de frotas**
Mudança no perfil do cliente: do motorista individual para o operador profissional.
- **21% das vendas com veículos autônomos até 2050**
Impacto estrutural no uso, na manutenção e no tamanho da frota.

O perde-ganha do novo mercado

Quem ganha espaço no novo cenário

- **Pneus, suspensão e driveline**
Mais desgaste com veículos elétricos (peso e torque) impulsiona demanda.
- **Serviços especializados e diagnóstico**
Maior complexidade eletrônica eleva valor da mão de obra qualificada.
- **Operadores de frotas e redes estruturadas**
Escala, previsibilidade e contratos passam a dominar o jogo.
- **Empresas com domínio de dados e software**
Acesso à informação do veículo vira diferencial competitivo.

Quem perde relevância

- **Componentes ligados à combustão**
Velas, sistemas de lubrificação e itens correlatos entram em declínio estrutural.
- **Troca de óleo e serviços recorrentes tradicionais**
Queda drástica com a eletrificação da frota.
- **Distribuidores dependentes de volume homogêneo**
Fragmentação da demanda reduz previsibilidade e escala.
- **Operações pouco tecnológicas**
Dificuldade em acompanhar veículos mais complexos.

Nova pesquisa confirma que maioria dos americanos quer ter direito de escolher como e onde consertar seus veículos

De acordo com uma nova pesquisa nacional realizada nos Estados Unidos, mais de 85% dos americanos apoiam o REPAIR Act, que criaria a lei nacional de "direito ao reparo" para veículos, garantindo aos consumidores o direito de escolher como e onde consertar seus automóveis. Além disso, 79% apoiam mudanças técnicas nas leis de patentes que ampliariam as opções de reparo disponíveis aos consumidores.

O acesso aos dados coletados pelos veículos é necessário para um número cada vez maior de reparos, inclusive em componentes comuns, como para-brisas. As montadoras buscam restringir esse acesso para forçar os consumidores a utilizar peças e

concessionárias autorizadas, onde os preços são mais altos e as opções, mais limitadas. O REPAIR Act garantiria que os proprietários de veículos e as oficinas independentes por eles escolhidas tenham acesso aos dados necessários para realizar os reparos. O fechamento de brechas nas patentes de design preservaria a proteção no mercado de veículos novos, ao mesmo tempo em que promoveria maior concorrência e acessibilidade nos reparos. Peças do aftermarket seguem os mesmos padrões de qualidade e segurança e podem custar até 50% menos do que peças originais (OEM).

Segundo a pesquisa conduzida pelo The Tarrance Group, a pedido da CAR Coalition, o apoio

ao direito de reparo veicular é amplamente bipartidário: 82% dos republicanos e 80% dos democratas apoiam o REPAIR Act. "O povo americano está unido nessa questão", afirmou Justin Rzepka, diretor executivo da CAR Coalition. "Os proprietários de veículos acreditam que eles — e não as montadoras — devem ter o controle na hora de escolher quem faz o reparo de seus veículos e acessar os dados e peças necessários para isso. Esta pesquisa deixa claro que o apoio a soluções de bom senso, como o REPAIR Act, ultrapassa divisões partidárias, regionais e ideológicas."

Destaques da pesquisa

- 99% dos entrevistados afirmaram ser importante poder

escolher onde reparar seus veículos.

- 88% disseram que os proprietários devem ter acesso aos dados de seus próprios veículos.
- 85% dos eleitores de Trump e 86% dos eleitores de Harris apoiam o REPAIR Act.
- 78% afirmaram que oficinas independentes devem ter acesso aos dados veiculares para realizar reparos.
- 68% disseram que as montadoras deveriam ser impedidas de restringir o acesso a dados.
- A maioria dos proprietários de veículos prefere utilizar oficinas independentes para reparos.

Americanos querem garantir acesso ao aftermarket independente





Aftermarket europeu quer direcionamento robusto sobre a Lei de Dados

O Aftermarket Automotivo europeu passa por rápidas transformações à medida que metas de sustentabilidade, avanços tecnológicos e mudanças nos marcos regulatórios remodelam o setor. Refletindo esse cenário, a 17ª edição da Conferência de Aftermarket da CLEPA destacou fortes expectativas em torno da implementação da Lei de Dados e dos avanços rumo a um ambiente regulatório preparado para o futuro. O evento, realizado nos dias 18 e 19 de março, em Bruxelas, reuniu mais de 200 participantes, incluindo especialistas do setor, palestrantes de alto nível e representantes da Comissão Europeia.

Em sua fala de abertura, o secretário-geral da CLEPA, Benjamin Krieger, afirmou: “A mobilidade acessível é fundamental para a confiança do consumidor e para soluções de mobilidade que atendam toda a sociedade. Os dados têm enorme potencial para aumentar a eficiência de custos e a resiliência deste setor. Atrasos na implementação de estruturas que viabilizem mercados de dados abertos e justos podem gerar perdas significativas para empresas de todos os portes, de PMEs a multinacionais, e podem, em última instância, enfraquecer a competitividade da Europa em um mercado em rápida evolução”.

No evento, foram apresentados os resultados do Connected Vehicle Field Test (CVFT) 5.0, promovido pela empresa Caruso, destacando os desafios práticos na implementação da Lei de Dados. Embora as orientações da Comissão Europeia esclareçam quais dados devem estar disponíveis — abrindo caminho para novas aplicações —, o volume de dados compartilhados ainda varia amplamente entre as montadoras. Os testes revelam falta de padronização e de dados em tempo real, além de preocupações persistentes com a precificação justa e transparente.

Atualmente, a Lei de Dados não garante um nível suficiente de

conformidade: as montadoras interpretam as condições de forma distinta, resultando em um cenário de implementação incerto e fragmentado. “A Lei de Dados é um primeiro passo importante, mas ainda não representa uma solução capaz de estimular investidores — algo essencial em um ambiente econômico cada vez mais volátil”, afirmou o consultor sênior da CLEPA, Frank Schlehner. “Com o apoio do Parlamento Europeu e dos Estados-membros, o próximo passo deve ser ampliar as diretrizes da Comissão para lidar melhor com dependências competitivas e garantir um acesso mais justo em todo o mercado”.



o canal do aftermarket automotivo

A A.TV está onde a informação se transforma em experiência. Em sintonia com o novo comportamento digital, o canal do Aftermarket Automotivo no YouTube aposta em vídeos segmentados e conteúdos relevantes para quem vive o setor.

Os podcasts, que já mudaram a forma como consumimos comunicação, são parte dessa revolução — e a A.TV acompanha esse movimento, oferecendo conhecimento, tendências e inspiração.

Clique nos ícones e para ver



Nhm[®]

A **MAIOR FESTA** DA HISTÓRIA
DO MERCADO JÁ **ESTÁ MARCADA**

NOVOMEIO HUB DE MÍDIA

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

MM30

25.11.2026

TEATRO SANTANDER JK IGUATEMI

TEATRO
 Santander



Presença de carros muito velhos faz idade média se aproximar dos 15 anos

Foto: Shutterstock

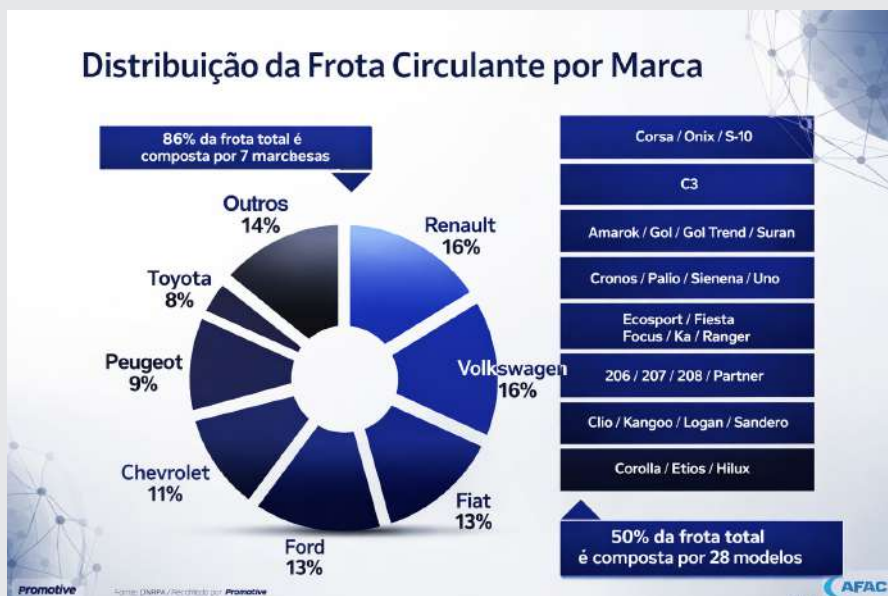
Frota argentina cresce 1% em 2025 e continua velha

A frota veicular circulante na Argentina ao final de 2025 era de 15.784.385 veículos (incluindo automóveis, comerciais leves e pesados, excluindo semirreboques e outros reboques), o que representa um crescimento de 1% em relação a 2024 (15.552.418 veículos). Isso faz com que a proporção de habitantes por veículo em 2025 seja de 2,89, enquanto esse índice no Brasil é de 4,6, no México é de 2,8, na Alemanha é de 1,6 e nos Estados Unidos é de 1,1. Considerando a frota circulante como um todo, obtém-se

uma idade média de 14,8 anos (era de 14,3 anos em 2024). No entanto, ao considerar apenas a frota dos últimos 20 anos (2006–2025), a idade média é de 10 anos (era de 9,8 anos para o período 2005–2024). O parque automotor apresenta um caráter dual, no qual coexistem dois segmentos bem distintos em termos de idade média: um relativamente moderno e outro mais antigo. A frota circulante com até 20 anos de uso soma 11,4 milhões de veículos (mantendo-se estável em relação a 2024). Para que a

frota circulante mantenha sua idade média, seria necessário incorporar 1.100.000 veículos por ano, o que indica uma tendência de aprofundamento do envelhecimento da frota. A frota veicular ao final de 2025 era composta por 82% de automóveis, 15% de comerciais leves e 3% de comerciais pesados, incluindo caminhões e ônibus (sem considerar semirreboques, reboques, motocicletas, quadriciclos e máquinas rodoviárias ou agrícolas). Os veículos movidos exclusivamente a gasolina representam 63,5% da frota, enquanto os a

diesel correspondem a 25,5%. A participação destes últimos diminuiu em comparação com 2010, quando representavam 37% da frota. Já 10,6% correspondem a veículos convertidos para GNV, com leve queda em relação ao ano anterior. Os veículos com motorização híbrida cresceram 63,3% em 2025 na comparação anual, atingindo 76.192 unidades, enquanto os veículos 100% elétricos passaram de 1.555 para 2.901 unidades (alta de 86,6%). Apesar desses avanços, eles ainda representam apenas 0,50% da frota atual.





Estudo avalia qualidade dos carros elétricos chineses

Embora o número total de problemas iniciais de qualidade relatados por proprietários de veículos chamados na China de nova energia (NEVs) continue a crescer, o ritmo dessa alta desacelerou. Neste ano, a média geral de problemas registrados foi de 231 ocorrências por 100 veículos (PP100) — um aumento de 5 PP100 em relação a 2025 — segundo o estudo J.D. Power 2026 China New Energy Vehicle Initial Quality Study (NEV-IQS), divulgado neste mês de abril. Quanto menor o número de problemas, maior a qualidade. O estudo, publicado pela primeira vez na China em 2019, mede a qualidade dos veículos novos a partir dos problemas relatados por proprietários de

NEVs na China entre dois e seis meses após a compra, em duas categorias: falhas de projeto e defeitos/mau funcionamento.

Os resultados de 2026 mostram que a média da indústria chegou a 231 PP100, um leve aumento de 5 pontos em relação a 2025. Apesar da alta no número total de problemas, o ritmo de crescimento diminuiu. As falhas e mau funcionamentos ficaram estáveis (crescimento de 0%), enquanto problemas relacionados ao design já representam quase 70% do total.

“Em 2026, o PP100 dos NEVs na China atingiu 231. A indústria mantém uma tendência de alta nos últimos seis anos, embora o crescimento tenha desacelerado

nos dois últimos”, afirmou Sean Wang, diretor-geral da divisão de soluções automotivas da J.D. Power China. “Com os avanços rápidos na tecnologia de baterias, os problemas relacionados ao carregamento diminuíram significativamente. Em contrapartida, os problemas de software pioraram de forma relevante. Falhas em sistemas de infotainment e em assistentes avançados de condução representam 14,3% e 9,5%, respectivamente. Como os problemas de design já chegam a 70%, otimizar a experiência de uso e a precisão das funções inteligentes tornou-se prioridade central na gestão da qualidade.”

Em 2026, compradores nascidos após 1995 já representam 41%

das aquisições de veículos novos, enquanto a geração pós-2000 responde por 9% — o triplo de 2024. No entanto, esse público mais jovem relata um nível de problemas maior: o PP100 entre consumidores pós-2000 chegou a 259, cerca de 12% acima da média da indústria. As principais queixas estão relacionadas à experiência digital, desempenho de condução e recarga.

O estudo NEV-IQS analisa a qualidade de veículos novos com base em 236 sintomas de problemas distribuídos em 10 categorias, incluindo controles, exterior, interior, infotainment, bancos, experiência de condução, assistência ao motorista, powertrain, bateria/carregamento e climatização.

Atualização da legislação de reparo e manutenção avança nas novas regras de homologação para o aftermarket independente da UE

Avanços importantes foram registrados na ampliação do acesso a informações técnicas e dados de diagnóstico para o aftermarket independente por meio da revisão de uma peça-chave da legislação automotiva da União Europeia.

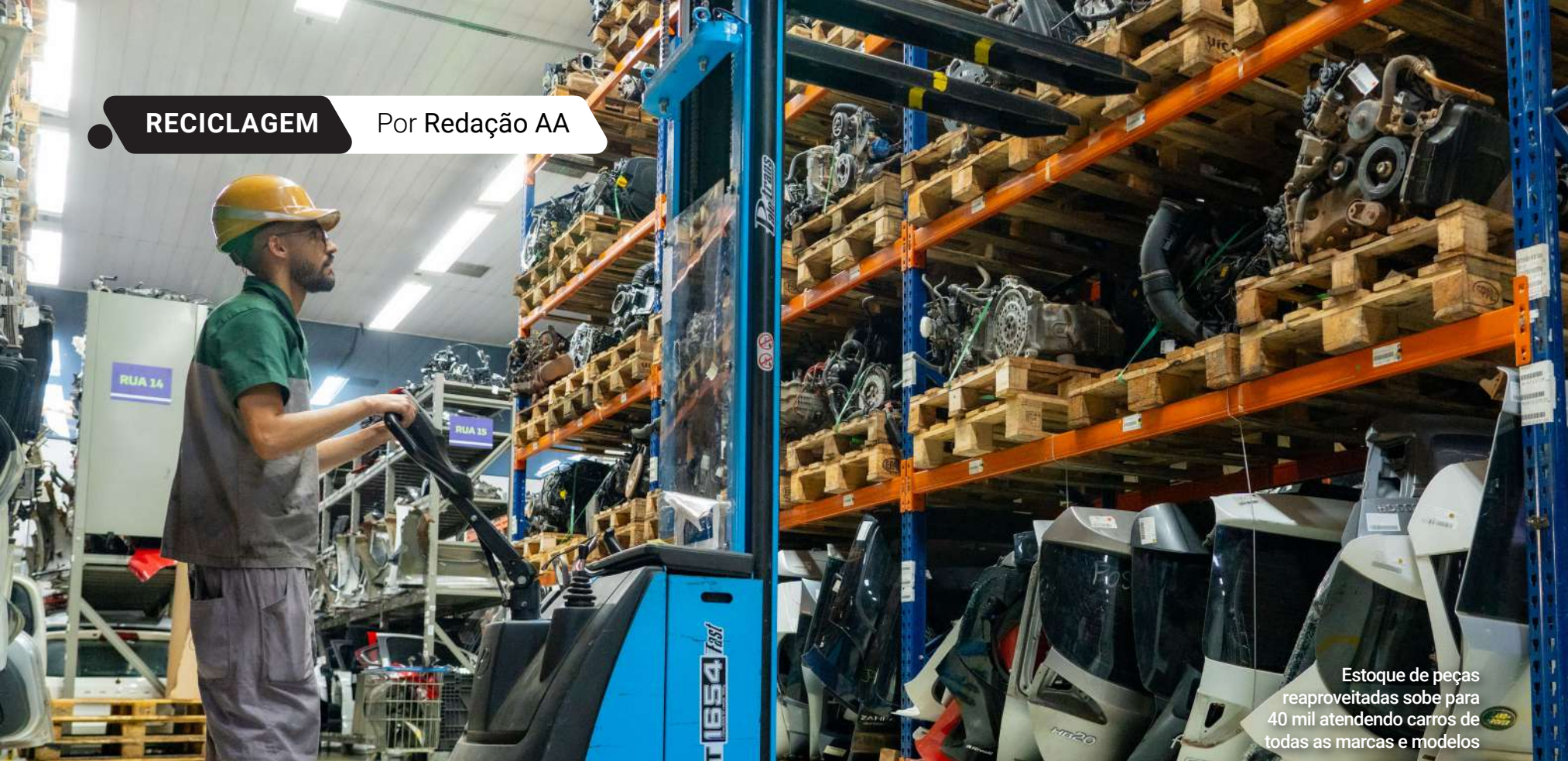
Os Estados-membros já manifestaram amplo apoio às novas regras no âmbito do Regulamento de Homologação de Veículos da UE, tema no qual a FIGIEFA — federação que representa os distribuidores independentes de autopeças na Europa — vem trabalhando nos últimos dois anos em conjunto com outros stakeholders relevantes. A adoção formal pela Comissão Europeia é esperada em breve,

seguida da aprovação pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho de Ministros. A entrada oficial em vigor está prevista para o final da primavera de 2026.

Com os veículos cada vez mais dependentes de software, trata-se de um passo importante para garantir, na prática, um acesso mais justo às informações de reparo e manutenção (RMI), que se tornaram um fator crítico de negócio para o aftermarket independente. A revisão fortalecerá a capacidade dos operadores independentes de atender veículos modernos, ampliando os direitos de acesso por meio de um escopo mais abrangente de RMI — incluindo reparos em veículos

elétricos, baterias e calibração de sistemas ADAS —, além de novos meios de acesso aos dados dos veículos e a possibilidade de instalar atualizações de software. Ao mesmo tempo, a questão ainda pendente da codificação de peças de reposição permanece sem solução. A FIGIEFA reforçou a importância de tratar esse ponto com urgência, já que fabricantes de peças do aftermarket ainda não têm acesso aos processos de codificação necessários para desenvolver componentes plenamente interoperáveis. A Comissão Europeia indicou que novas iniciativas sobre o tema estão previstas, embora o ato delegado final não

deva ser publicado antes de 2027. Paralelamente, a Comissão Europeia (DG CNECT) abriu consulta sobre as diretrizes preliminares de “remuneração razoável” previstas na Lei de Dados (Data Act). Essas regras definirão quanto os destinatários de dados e operadores independentes poderão ser cobrados pelo acesso aos dados dos veículos na prática. Esse é um ponto central para o Aftermarket Automotivo, já que a forma como essa remuneração for definida e calculada impactará diretamente se o acesso aos dados será acessível, transparente e não discriminatório — ou se se tornará uma barreira financeira à concorrência.



Estoque de peças reaproveitadas sobe para 40 mil atendendo carros de todas as marcas e modelos

Renova Ecopeças reinsere mais de 1 milhão de componentes no aftermarket e expande operações

Em 13 anos de atividades, recicladora da operação Porto Serviço já desmontou 30 mil veículos e agora, com a ampliação de sua estrutura, a capacidade instalada chega a 10 mil carros por ano

Embora em estágio ainda embrionário no Brasil, a reciclagem de veículos é uma tendência global que vem crescendo gradativamente no país e, com absoluta certeza, vai ganhar espaço no Aftermarket Automotivo nas próximas décadas. Recentemente, a Stellantis iniciou as atividades de seu centro de desmontagem em Osasco (SP) e o Grupo SADA investiu R\$ 200 milhões para inaugurar, em Belo Horizonte (MG), uma operação integrada com capacidade para processar 300 mil veículos por ano. Neste mês de abril, a Renova Ecopeças – uma das pioneiras nacionais na reciclagem de veículos – convidou a imprensa

especializada para conhecer a ampliação de sua estrutura, situada na capital paulista, que passou de 4.800 m² para 9.500 m² de área operacional. Com isso, a capacidade produtiva instalada supera agora 10 mil veículos por ano, além da expansão do estoque disponível, que vai passar de 20 mil para mais de 40 mil peças de todas marcas e modelos.

Criada há 13 anos para dar destinação sustentável a veículos sinistrados ou em fim de vida útil e ampliar o acesso a peças automotivas com qualidade e procedência, a Renova Ecopeças já desmontou mais de 30 mil carros e reinsereu mais de 1 milhão de peças no mercado

de reposição, consolidando-se como a maior desmontadora da América Latina. Por lei, componentes de segurança não podem ser reutilizados. Entre os componentes mais vendidos pela Renova estão os motores e câmbios em razão do alto valor para a compra destes sistemas novos. O mix de clientes está dividido em 50% para oficinas e proprietários de veículos.

Apenas no último ano, a empresa desmontou mais de 3,4 mil automóveis, comercializou mais de 70 mil peças e superou R\$ 70 milhões em faturamento, registrando crescimento de cerca de 23% em relação ao ano anterior. A expectativa é atingir R\$ 80 milhões em 2026.

Mercado

A expansão também acompanha a crescente aceitação de peças usadas no Brasil, que vem ganhando espaço não apenas entre oficinas e mecânicos, mas também entre consumidores finais. Ainda assim, o Brasil está longe dos principais mercados globais. Segundo dados divulgados pela Renova Ecopeças, apenas algo entre 1,5% a 2% dos carros são reciclados no país – em algumas nações desenvolvidas, como o Japão, esse índice se situa em torno dos 95%. Embora nos distancie significativamente de uma realidade ecologicamente

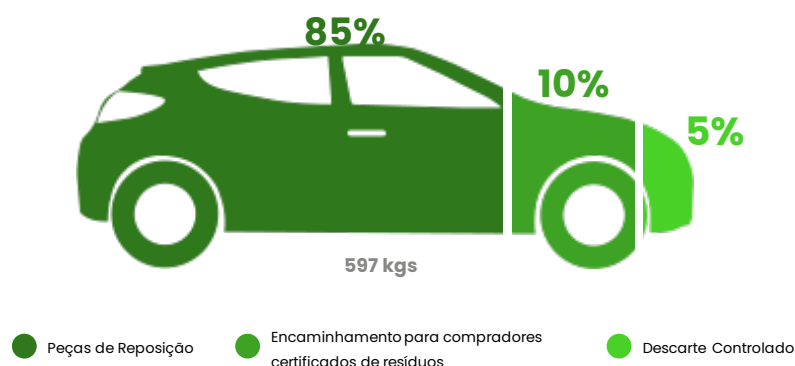


Foto: Divulgação



Reaproveitamento do veículo

85% das peças de um carro podem ser reintroduzidas no mercado



Fonte: Setor de inteligência operacional e sustentabilidade Porto Renova Ecopeças

correta, a diferença mostra o potencial deste mercado para os próximos anos.

Além de evitar que componentes ainda em condições de uso sejam descartados indevidamente, a operação da Porto Serviços oferece peças genuínas com preços até 60% inferiores em comparação às novas, com garantia de 90 dias e selo de rastreabilidade do Detran, assegurando procedência e segurança ao cliente. Atualmente, o índice de devolução peças é de 6%. Com operação multicanal — que inclui loja física em São Paulo, site próprio, atendimento digital e presença nos principais marketplaces —, a empresa amplia seu alcance e fortalece conexão com diferentes perfis de clientes, com entregas em todo o Brasil. Para um futuro ainda indeterminado, o grupo estuda a abertura de centros de desmontagem menores em outros estados do país.

Porto Seguro terá atendimento para sinistros abaixo do valor de franquia

Está em fase piloto um novo serviço que a Porto pretende oferecer a seus segurados. O produto se chamará Porto Serviço Resolve. “Quando o cliente sofre uma pequena batida no carro, um ralado, ou tem um pequeno reparo para fazer que fica abaixo da franquia, praticamente hoje a gente não dá uma solução. A ideia é entrar nessa dor do cliente, oferecendo uma conveniência para que ele possa fazer o orçamento digital dessa batida, desse ralado. A gente está pilotando esse projeto e, muito em breve, vai abrir para o mercado”, antecipa Daniel Morroni,

Diretor Executivo da Porto Serviço e responsável pela Agenda do Carro. Segundo o executivo, a proposta da Porto por meio da Agenda do Carro é estar presente em todo o ciclo de vida do veículo de seu cliente. “Desde a hora de comprar um carro, que a gente ajuda com financiamento do PortoBank, na hora de fazer um consórcio, na parte de documentação, estética, estacionamento, reparo, peças e a reciclagem”. A empresa também conta com uma rede de 270 centros automotivos que fazem manutenção também para os carros de clientes não-segurados.

Relatório global aponta habilidades que distinguirão líderes na era da IA

Estudo da Aliança CEMS analisa o impacto da inteligência artificial na liderança e reforça o valor do julgamento humano

A Aliança Global em Educação de Gestão CEMS, da qual a FGV EAESP é integrante, divulgou o relatório *Augmented Leadership: Navigating the New Age of Intelligence*, que analisa como a inteligência artificial está transformando as competências de liderança e quais habilidades serão decisivas para os profissionais do futuro. O documento parte do avanço do fenômeno conhecido como terceirização cognitiva e sustenta que, em um contexto de uso crescente de ferramentas de IA, o julgamento humano tende a se tornar ainda mais valioso.

O estudo destaca que, embora a IA generativa possa ampliar produtividade e criatividade, a dependência excessiva dessas ferramentas pode enfraquecer capacidades essenciais valorizadas por empregadores, como pensamento crítico, curiosidade intelectual e tomada de decisão ética. Nesse cenário, a IA deve ser compreendida como um copiloto que potencializa o discernimento humano, e não como um substituto da reflexão e da responsabilidade individuais.

O relatório reúne contribuições de representantes seniores de empresas multinacionais e de escolas de negócios parceiras da CEMS, explorando as habilidades de liderança necessárias para atuar em um ambiente

cada vez mais orientado por tecnologias inteligentes. A aliança reúne 33 escolas de negócios líderes e mais de 70 parceiros corporativos globais, responsáveis pela oferta do *Master in International Management*, reconhecido entre os melhores programas do mundo por rankings internacionais. No Brasil, a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas é a única integrante da CEMS, conectando o MIM ao Mestrado Profissional em Gestão Internacional da instituição.

De forma geral, os especialistas ouvidos demonstram otimismo quanto ao potencial da IA para ampliar a criatividade e a inovação, desde que utilizada com critério. A principal mudança de perspectiva apontada pelo estudo é a substituição do temor de perda de empregos por uma reflexão mais estratégica sobre como a IA pode contribuir para melhorar o desempenho profissional. Ao mesmo tempo, o relatório alerta que a complacência e a confiança excessiva nas ferramentas tecnológicas representam riscos reais para a formação de futuros líderes.

Insights

Entre os principais insights, o documento indica que líderes

devem compreender o funcionamento e as limitações das soluções de IA, estruturando o próprio pensamento antes de recorrer a essas ferramentas e avaliando criticamente seus resultados. Para educadores, a recomendação é integrar a IA generativa como apoio ao processo de aprendizagem, sem abrir mão de avaliações que estimulem pensamento independente, conhecimento genuíno e habilidades de comunicação. Já para profissionais em início de carreira, o estudo enfatiza a importância de não aceitar automaticamente as respostas geradas pela IA, incentivando a reformulação de perguntas, a comparação de perspectivas e a reflexão prévia antes do uso de prompts.

A diretora-executiva da CEMS, Nicole de Fontaines, destaca que o relatório revela uma visão otimista sobre a IA quando utilizada de forma responsável,

ao mesmo tempo em que chama atenção para os riscos de distanciamento e perda de propósito associados ao uso indiscriminado da tecnologia. Segundo ela, esse diagnóstico motivou a atualização do Perfil do Graduado CEMS, com foco em fluência digital combinada a julgamento ético, autoliderança e profundidade humana.

O documento também reforça o papel estratégico da educação empresarial na preparação de profissionais capazes de compreender não apenas como a IA funciona, mas quando e por que utilizá-la, considerando seus impactos sociais e ambientais. Para os especialistas ouvidos, a capacidade de pensar criticamente, adaptar-se com resiliência e manter conexões humanas significativas continuará sendo um diferencial competitivo fundamental, mesmo em um ambiente cada vez mais automatizado.



O envelhecimento da frota brasileira: retrato incômodo da economia que patina

A frota de automóveis de passeio no Brasil chegou, em meados de 2025, a uma idade média próxima de 11 anos — ou, mais precisamente, 10 anos e 11 meses em 2024, segundo levantamento do Sindipeças com base em dados do Senafran. A tendência é clara: nos próximos anos, esse número deve ultrapassar os 11 anos. Para autoveículos em geral, a média oscila entre 10 anos e 10 meses e 11 anos e 2 meses, dependendo da fonte e do recorte temporal. É um dos parques automotores mais envelhecidos da América do Sul, embora não o mais antigo: a Colômbia, por exemplo, registra média superior a 17 anos e meio. A diferença é que o Brasil possui indústria com capacidade de produção local significativa, realidade distinta da maioria dos países da região. O dado brasileiro, portanto, não é trivial. Ele traduz uma economia que há mais de uma década não consegue sustentar renovação em escala.

Esse processo não começou agora. Até 2013, o país viveu um ciclo de euforia no mercado automotivo. As vendas bateram recorde em 2012, com 3,8 milhões de unidades emplacadas, impulsionadas por crédito abundante, juros moderados e uma confiança coletiva — talvez exagerada — na continuidade do crescimento. A produção também alcançou patamares

históricos, próxima de 3,7 milhões de veículos em 2013. Foi uma expansão artificial, em que o consumo de bens duráveis ocultou fragilidades estruturais da economia. Quando a crise se instalou de forma clara a partir de 2015, com recessão profunda, desemprego em alta e crédito encarecido, o ciclo se interrompeu abruptamente. A produção nunca mais se aproximou daqueles níveis: em 2025, as projeções da Anfavea apontam para cerca de 2,75 milhões de unidades — volume respeitável, mas ainda distante do pico anterior.

O envelhecimento da frota é consequência direta dessa trajetória. O poder aquisitivo das famílias sofreu golpe severo no pós-crise. Houve recuperação recente — a renda média real cresceu mais de 25% entre 2021 e 2024, segundo dados oficiais do IBGE —, mas o estrago acumulado foi grande demais. Milhões de brasileiros adiaram a troca do veículo, esticaram financiamentos ou simplesmente mantiveram o carro antigo em circulação. A faixa de veículos com até 5 anos de uso encolheu significativamente nos últimos dez anos, enquanto as faixas acima de 11 anos ganharam peso expressivo na composição da frota. O problema não é falta de vontade de renovar, mas de condições financeiras reais para fazê-lo.

Nesse cenário, propostas que

buscam forçar a renovação por vias administrativas — como restrições mais duras ao licenciamento, inspeções mais rígidas ou impedimentos à circulação de veículos mais velhos — podem parecer compreensíveis do ponto de vista da segurança e das emissões, mas tendem a ser ineficazes ou até contraproducentes. Sem melhora efetiva e sustentada no poder de compra, tais medidas empurram parte da frota para a informalidade: surgem os chamados veículos “só para rodar”, sem documentação em dia, com manutenção precária e ainda mais perigosos. O remédio, em vez de curar, agrava o sintoma.

As montadoras, por sua vez, adaptaram-se ao novo normal. Em vez de disputar volume, priorizam margens: SUVs e picapes maiores, com equipamentos premium e preços mais elevados, mesmo que em quantidades menores. É uma estratégia racional do ponto de vista empresarial — mantém rentabilidade em um mercado que não cresce como antes —, mas não contribui para rejuvenescer a frota como um todo. Essa lógica encontra paralelo em outros mercados, mas em contextos diferentes: lá fora, a introdução dos carros elétricos veio acompanhada de subsídios (principalmente cortes de impostos) e de maior oferta de transporte público em áreas

urbanas. O carro popular, que já era um produto mais regional, tornou-se um segmento em retração acentuada. Não seria simples para as montadoras locais modificarem, em curto prazo, o portfólio de produtos para incluir veículos de menor margem de lucro e voltados apenas ao mercado brasileiro ou regional.

Em última análise, o envelhecimento persistente da frota veicular brasileira é mais um indicador da estagnação econômica de longo prazo. Não se trata apenas de um problema setorial. É o retrato de uma economia que, apesar de ciclos de recuperação pontual, não consegue gerar prosperidade ampla o suficiente para que as famílias renovem seus bens de maior valor com regularidade. Enquanto o crédito não voltar a ser acessível sem endividamento excessivo, enquanto a renda média não crescer de forma consistente e estrutural, e enquanto a produção e as vendas não recuperarem patamares que reflitam vitalidade real, a frota continuará envelhecendo.

O Prof. Dr. Marcelo A. L. Alves é Docente no Departamento de Engenharia Mecânica – Escola Politécnica da USP – e Coordenador do Centro de Engenharia Automotiva



Foto: Divulgação

Nova norma sobre recarga em edifícios residenciais contribuiu para desempenho positivo do setor

Nova norma de recarga acelera venda de elétricos

Entidade que representa o setor avalia que iniciativas do Governo do Estado de SP mudaram o mercado: março teve venda recorde de 35 mil eletrificados

As vendas de veículos leves eletrificados em março – 35.356 unidades – já refletem o otimismo do mercado de eletromobildade com a nova norma sobre recarga elétrica em edifícios residenciais no Estado de São Paulo, segundo avaliação da ABVE - Associação Brasileira do Veículo Elétrico. Os emplacamentos assinalam um novo recorde de vendas mensais da série histórica da ABVE. Esse total é 42% acima dos números de fevereiro (24.885) e 146% superior aos de março de 2025 (14.380).

Num mês em que o mercado doméstico total de veículos leves também cresceu, as vendas especificamente de eletrificados chegaram a 14% de participação em março, confirmando a forte tendência de crescimento desse segmento na preferência dos compradores. A ABVE considera veículos eletrificados os 100% elétricos (BEV), os

híbridos elétricos plug-in (PHEV) e os híbridos convencionais com tração elétrica (HEV e HEV Flex). Os números não incluem os chamados microhíbridos (MHEV, de 12v ou 48v).

“Esses números exuberantes de março já refletem o ambiente de confiança renovada do mercado de eletrificados produzido por duas importantes iniciativas das autoridades do Governo de São Paulo”, disse o presidente da ABVE, Ricardo Bastos. A primeira foi a nova Lei 18.403, sancionada pelo governador Tarcísio de Freitas no dia 18 de fevereiro, que estabeleceu o direito à recarga – ou seja, o direito de os proprietários de veículos elétricos instalarem pontos de recarga nas suas vagas nas garagens dos edifícios onde moram. A segunda foi a divulgação das novas regras de segurança para a instalação desses equipamentos de recarga nas garagens, publicada

no dia 17 de março pelo coronel Alexandre Merlin, comandante do Corpo de Bombeiros de São Paulo (atualização da Instrução Técnica 41).

“Essas duas iniciativas são complementares e foram publicadas com um intervalo de apenas um mês entre uma e outra”, afirmou o presidente da ABVE. “Além disso, acreditamos que terão uma influência muito positiva em outras regiões do país”, acrescentou. Na avaliação de Ricardo Bastos, “as duas medidas mudaram o mercado, trazendo uma otimismo, estabilidade e segurança tanto para os atuais e futuros donos de carros elétricos quanto para os síndicos e condôminos em geral”.

Aquecimento

Os resultados ficaram evidentes nos números de março, que superaram as expectativas,

mesmo para um mercado de eletrificados já fortemente aquecido desde o ano passado. Com os 35.356 de março, o primeiro trimestre de 2026 termina com 83.947 emplacamentos de eletrificados, mais do que o dobro (110%) do total do primeiro trimestre de 2025 (39.924). A participação de mercado dos eletrificados sobre o total das vendas domésticas de veículos leves (market share) continuou num patamar alto.

Dos 35.356 veículos leves eletrificados emplacados em março, 75% (26.440) foram modelos plug-in (BEV e PHEV). Os BEV 100% elétricos responderam por 40% do total do mês, com 14.073 unidades, enquanto os PHEV representaram 35%, com 12.367. Os BEV 100% elétricos somaram 14.073 unidades em março, o que representa um crescimento de 62% em relação a fevereiro (8.703) e de 193%



na comparação com março de 2025 (4.801). O resultado mostra um avanço expressivo dessa tecnologia no mercado brasileiro. Já os PHEV alcançaram 12.367 unidades vendidas em março, com alta de 47,4% sobre fevereiro (8.393) e de 78% em relação a março de 2025 (6.944), reforçando a forte expansão dos modelos híbridos plug-in no país.

Os híbridos sem recarga externa (HEV e HEV Flex) totalizaram 8.916 unidades em março, o que representa 25% do total de eletrificados do mês. Os HEV foram responsáveis por 11% do total, com 3.992 unidades, enquanto os HEV Flex responderam por 14%, com 4.924 veículos vendidos. Em fevereiro de 2026, a participação conjunta de HEV e HEV Flex sobre o total de eletrificados leves havia sido de 31%, com 7.789 unidades. Já em março de 2025, esses modelos somavam 2.635 veículos, equivalentes a 18% do mercado de eletrificados daquele mês. O comparativo mostra que, embora os modelos plug-in liderem a expansão do setor, os híbridos sem recarga externa seguem ampliando sua presença e consolidando espaço no mix tecnológico.

Os híbridos convencionais (HEV) totalizaram 3.992 vendas em março, com alta de 4% sobre fevereiro de 2026 (3.829) e crescimento expressivo de 308% em relação a março de 2025 (979). Os HEV Flex atingiram 4.924 unidades em março, avançando 24% sobre fevereiro de 2026 (3.960). No comparativo anual, frente a março de 2025 (1.656), o crescimento foi de 197%, confirmando a forte expansão dessa tecnologia no mercado brasileiro.

**VENDAS VEÍCULOS LEVES ELETRIFICADOS*
BEV / PHEV / HEV / HEV FLEX**



Tecnologia	mar/26	Participação de mercado
BEV	14.073	40%
PHEV	12.367	35%
HEV FLEX	4.924	14%
HEV	3.992	11%
Total geral	35.356	

VENDAS VEÍCULOS LEVES – ELETRIFICADOS + MHEV



Tecnologia	mar/26	Participação de mercado
BEV	14.073	35%
PHEV	12.367	31%
HEV FLEX	4.924	12%
HEV	3.992	10%
MHEV 12V	3.016	8%
MHEV 48V	1.584	4%
Total geral	39.956	

**SÉRIE HISTÓRICA DE VENDAS DE VEÍCULOS LEVES ELETRIFICADOS NO BRASIL
(BEV+PHEV+HEV+HEV FLEX) – Jan/12 a Mar/26**



ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
2012	9	16	7	3	13	23	5	3	2	2	18	16	117
2013	45	22	53	50	12	29	65	45	23	39	52	56	491
2014	93	61	65	53	94	52	61	79	71	53	87	86	855
2015	72	56	61	73	72	74	74	100	82	55	65	62	846
2016	58	64	60	137	41	91	48	59	79	93	159	202	1.091
2017	178	157	227	176	208	238	268	627	384	243	240	350	3.296
2018	272	254	367	367	302	382	262	262	286	405	374	437	3.970
2019	370	287	336	290	357	716	960	867	1.264	1.989	2.013	2.409	11.858
2020	1.568	2.053	1.570	442	601	1.334	1.668	1.943	2.113	2.273	2.231	1.949	19.745
2021	1.321	1.389	1.872	2.708	3.102	3.507	3.625	3.873	2.756	2.787	3.505	4.545	34.990
2022	2.557	3.435	3.851	3.124	3.387	4.073	3.136	4.249	6.391	4.460	4.995	5.586	49.244
2023	4.503	4.294	5.989	4.793	6.435	6.225	7.462	9.351	8.458	9.537	10.601	16.279	93.927
2024	12.026	10.451	13.613	15.206	13.612	14.396	15.312	14.667	13.265	16.033	17.143	21.634	177.358
2025*	12.556	12.988	14.380	14.759	16.641	15.525	19.016	20.222	21.342	21.369	21.209	33.905	223.912
2026	23.706	24.885	35.356										83.947
TOTAL GERAL (2012 A 2026)													705.647

SÉRIE HISTÓRICA DE VENDAS DE VEÍCULOS LEVES ELÉTRICOS NO BRASIL
(BEV+PHEV) - Jan/21 a MAR/26



ANO	TECN	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL GERAL
2021	BEV	139	125	99	63	86	220	183	233	267	382	342	712	2.851
	PHEV	646	536	909	904	969	1.138	973	1.262	1.052	868	1.139	1.065	11.461
	TOTAL	785	661	1.008	967	1.055	1.358	1.156	1.495	1.319	1.250	1.481	1.777	14.312
2022	BEV	366	402	520	459	556	1.090	442	949	1.412	637	727	897	8.457
	PHEV	651	691	506	701	836	859	837	884	2.288	1.158	802	1.290	11.503
	TOTAL	1.017	1.093	1.026	1.160	1.392	1.949	1.279	1.833	3.700	1.795	1.529	2.187	19.960
2023	BEV	755	638	587	565	615	618	950	1.167	1.830	2.370	3.197	6.018	19.310
	PHEV	1.637	1.227	2.095	1.162	2.424	2.394	2.597	3.700	3.028	3.429	4.003	5.353	33.049
	TOTAL	2.392	1.865	2.682	1.727	3.039	3.012	3.547	4.867	4.858	5.799	7.200	11.371	52.359
2024	BEV	4.358	3.639	6.137	6.705	5.175	5.190	4.703	5.115	4.699	6.109	5.417	4.368	61.615
	PHEV	3.910	3.594	3.128	3.735	3.882	5.047	6.659	5.781	4.869	5.961	6.922	10.521	64.009
	TOTAL	8.268	7.233	9.265	10.440	9.057	10.237	11.362	10.896	9.568	12.070	12.339	14.889	125.624
2025	BEV	3.700	4.492	4.801	4.702	6.969	5.912	7.010	7.624	8.169	7.986	7.263	11.550	80.178
	PHEV	6.701	5.884	6.944	7.913	7.581	7.347	8.644	8.057	8.194	9.458	9.680	14.961	101.364
	TOTAL	10.401	10.376	11.745	12.615	14.550	13.259	15.654	15.681	16.363	17.444	16.943	26.511	181.542
2026	BEV	8.250	8.703	14.073										31.026
	PHEV	8.399	8.393	12.367										29.159
	TOTAL	16.649	17.096	26.440										60.185
TOTAL GERAL (2021 A 2026)														453.982



Relator da ADPF, Ministro Edson Fachin, disse que críticas à lei devem ser discutidas no Legislativo

PLANTÃO AA

Supremo confirma constitucionalidade e mantém validade da Lei Ferrari

O Plenário do Supremo Tribunal Federal (STF) concluiu, em 23 de abril, o julgamento da Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) 1106, proposta contra dispositivos da chamada “Lei Ferrari”, que regula a relação entre montadoras e concessionárias de veículos. Por unanimidade, a Corte declarou a constitucionalidade da norma, nos termos do voto do relator e presidente do STF, ministro Edson Fachin. A Procuradoria-Geral da República (PGR) questionava regras da Lei 6.729/1979, como cláusulas de exclusividade, delimitação territorial e condições de comercialização, por entender que haveria intervenção indevida do Estado na economia e violação a princípios como livre concorrência e defesa do consumidor. Ao votar, Fachin afirmou que a análise dessas

escolhas cabe ao Legislativo, e não ao Judiciário. Segundo o relator, a norma está inserida no espaço legítimo de regulação estatal da atividade econômica e não afronta a Constituição. Para Fachin, eventuais críticas ao modelo devem ser discutidas no âmbito político. Com a decisão, permanece válido o modelo legal que disciplina a concessão comercial no setor automotivo e organiza as relações entre fabricantes e distribuidores no país. Fachin ressaltou que a lei questionada mantém a aplicação e a fiscalização das normas protetoras da livre concorrência, evitando o abuso do poder econômico. Como exemplo, citou a atuação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) na análise de infrações à concorrência.

Por Notícias STF

Suspensys inaugura fábrica em Mogi Guaçu e consolida contrato de fornecimento de dez anos com a Mercedes-Benz do Brasil

Unidade produz 100% dos eixos dianteiros da montadora no país; receita gerada deverá ser de R\$ 7 bilhões ao longo de uma década

A Suspensys, fornecedora de suspensões e eixos para veículos comerciais e pertencente à Randoncorp, inaugurou oficialmente em 14 de abril a nova fábrica em Mogi Guaçu (SP). A ação marca uma nova fase estratégica da companhia e para a indústria automotiva nacional. Com investimento de cerca de R\$ 150 milhões, a planta passa a responder por 100% da produção de eixos dianteiros destinados aos caminhões e ônibus da Mercedes-Benz do Brasil e da operação da montadora na Argentina. O espaço está localizado na Avenida Philip Couri, 50, e possui 15 mil m². O negócio é o maior pedido conquistado na história da

Randoncorp e a expectativa é de que gere receitas adicionais de cerca de R\$ 7 bilhões ao longo dos 10 anos de vigência do acordo com a Mercedes-Benz do Brasil, posicionando a empresa como a segunda maior fabricante deste tipo de produto no Brasil.

Construída para ser referência em inovação, a nova unidade reúne alto nível de automação, processos integrados e tecnologia embarcada. A operação completa da fábrica simboliza a consolidação de um projeto estratégico que amplia a capacidade produtiva e a competitividade da empresa no segmento OEM (fornecimento direto às montadoras). A fábrica está sendo preparada

para funcionar com tecnologia que reúne robôs inteligentes usados em logística e indústria para transportar materiais de forma independente.

A unidade incrementou cerca de 250 empregos diretos e pode aumentar para 330 até o final do ano, além das vagas indiretas ao longo da cadeia produtiva. O investimento é 100% privado e reforça a aposta da Randoncorp na estratégia logística de Mogi Guaçu, considerada um polo relevante para o escoamento e abastecimento da indústria automotiva.

Conforme o vice-presidente executivo América do Sul e COO da Vertical de Autopeças da Randoncorp, Ricardo

Escoboza, o movimento fortalece a estratégia de longo prazo da empresa, adiciona uma gama de produtos inédita ao portfólio e amplia a presença no mercado OEM, além de reforçar a parceria com uma grande montadora global com atuação no Brasil.

“Essa etapa simboliza a consolidação de um projeto estratégico, que amplia nossa capacidade produtiva e reforça o compromisso da Suspensys com a inovação e a competitividade da indústria automotiva nacional. Essa parceria com a Mercedes-Benz do Brasil representa um dos maiores contratos na história da Randoncorp”, destaca Escoboza.



Estrutura reúne alto nível de automação, processos integrados e tecnologia embarcada

Foto: Jefferson Souza

Centro Logístico das Autopeças amplia eficiência no aftermarket

Na mesma data, foi inaugurado o novo Centro Logístico das Autopeças, localizado em um prédio anexo, ao lado da fábrica e próximo à planta da Castertech, inaugurada em 2024. O espaço deverá empregar mais de 60 pessoas até o final do ano e será responsável por reabastecer clientes com agilidade, rastreabilidade e controle automatizado de estoque.

Com um investimento de cerca de R\$ 15 milhões, a estrutura integrada com produção e distribuição, irá fortalecer a atuação das autopeças no segmento

de reposição ao agregar eficiência operacional e velocidade de atendimento. O Centro Logístico irá consolidar a distribuição de produtos das marcas Suspensys e Master Freios.

A inauguração do novo Centro Logístico, faz parte da estratégia das marcas no posicionamento e crescimento no mercado de aftermarket. Em 2024, a Master Freios realizou a aquisição da EBS (European Braking Systems) do Reino Unido, agregando em seu portfólio mais de 35 mil referências em produtos com sinergia direta com o mercado nacional.



Da esquerda para a direita: Diretor da Master Freios, Bernardo Soares; Vice-presidente executivo América do Sul da Randoncorp, Ricardo Escoboza; Presidente do Conselho de Administração da Randoncorp, David Randon; Presidente e CEO da Randoncorp, Daniel Randon; Diretor de Relações Institucionais da Randoncorp, Joarez Piccinini e o Senior Executive Advisor da Randoncorp, Sérgio Carvalho.

Foto: Jefferson Souza

Você encontra **2mc** na Bianchi



Desempenho de ponta, para uma experiência em outro nível!